

Infodemia: a desinformação e a alfabetização midiática no contexto da COVID-19

Desinfodemia: decifrar a desinformação sobre a COVID-19¹

Por Julie Posetti² e Kalina Bontcheva³

A Organização Mundial da Saúde (OMS) descreveu a desinformação⁴ que circula em meio à pandemia COVID-19 como uma “infodemia massiva” – um dos principais fatores de propagação da própria pandemia.

A desinformação existe⁵ desde muito antes da COVID-19. As inverdades que atualmente contaminam a informação sobre a saúde pública baseiam-se nas mesmas ferramentas de disseminação tradicionalmente usadas para divulgar a desinformação. A novidade está nos temas e em seus impactos muito diretos.

A nova desinformação sobre a COVID-19 cria confusão referente à ciência médica, com impacto imediato em todas as pessoas do planeta e em sociedades inteiras. Ela é mais tóxica e mais letal que a desinformação sobre outros assuntos. É por isso que este artigo criou o termo desinfodemia.

Este texto ajuda a analisar esta nova ameaça e os diversos tipos de respostas que estão sendo desenvolvidos internacionalmente. Para tanto, ele desvenda quatro formatos principais da desinformação sobre a COVID-19 e apresenta uma tipologia que agrupa a gama de respostas ao problema em dez subcategorias.

Os dados e fatos aqui apresentados são o resultado de uma pesquisa documental realizada pelas autoras, com contribuições fornecidas por colaboradores deste estudo⁶. O conjunto de dados no qual os resultados se baseiam consiste em uma amostra de mais de 200 artigos, resumos de políticas e relatórios de pesquisa. Esse conjunto de dados foi identificado pelas pesquisadoras a partir de buscas sistemáticas em bases de dados públicas selecionadas pela International Fact-Checking Network (IFCN) do Instituto Poynter, pelo Index on Censorship, pelo Instituto Internacional de Imprensa (IPI) e pela First Draft News, juntamente com sites de meios de comunicação, governos nacionais, organizações intergovernamentais, profissionais de saúde, ONG, laboratórios de ideias ou centros de estudos (*think tanks*), bem como publicações acadêmicas. As palavras-chave usadas incluíram “desinformação”, “informação incorreta”, “COVID-19”, “coronavírus”, “epidemia” e “pandemia”⁷.

¹ A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) produziu em 2020 dois *policy briefs* para ajudar organizações intergovernamentais, Estados, sociedade civil, meios de comunicação e demais atores a lutar contra a desinfodemia que fomenta doença e confusão em todo o mundo. Este artigo é uma versão editada do *policy brief* homônimo, cuja íntegra está disponível em: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374416_por

² Diretora-geral de pesquisa do International Center for Journalists (ICFJ). É pesquisadora sênior afiliada ao Centro de Liberdade de Mídia da Universidade de Sheffield e ao Instituto Reuters para o Estudo do Jornalismo da Universidade de Oxford.

³ Professora de Ciências da Computação na Universidade de Sheffield e membro do Centro de Liberdade de Mídia da mesma universidade.

⁴ Este artigo emprega o termo “desinformação” para se referir de forma ampla a conteúdos que são falsos e têm impacto potencialmente negativo. O enfoque nos efeitos destrutivos da informação fabricada e enganosa, mais que a motivação para sua criação e disseminação, explica o uso do termo aqui.

⁵ Saiba mais: <https://www.icfj.org/news/short-guide-history-fake-news-and-disinformation-new-icfj-learning-module>

⁶ São eles: Denis Teyssou (AFP), Clara Hanot (EU DisinfoLab), Trisha Meyer (Vrije Universiteit Brussel), Sam Gregory (Witness) e Diana Maynard (Universidade de Sheffield).

⁷ A pesquisa buscou utilizar fontes relativas a países de todos os continentes, incluindo sempre que possível (de acordo com as capacidades linguísticas das pesquisadoras) materiais em outros idiomas que não o inglês. Essas fontes foram agregadas a uma base de dados que será continuamente atualizada, cujo acesso público está disponível em: <https://www.disinfo.eu/coronavirus>. Enquanto a desinfodemia se move rapidamente e é vasta em escala, este artigo considera os resultados da pesquisa feita em materiais originais contidos nessa base de dados a partir de 10 de abril de 2020.

(...) a desinformação sobre a COVID-19 afeta todos os conteúdos de modo geral, incluindo aqueles sobre: a origem, a propagação e a incidência da doença; seus sintomas e tratamentos; as respostas dos governos e demais atores.

Por que o acesso à informação de qualidade é importante

Para entender a desinfodemia, considera-se seu oposto: a informação como a base para o conhecimento. É o acesso à informação, e não à desinformação, que torna o direito à liberdade de expressão relevante e útil às sociedades. Informações comprováveis e confiáveis, como as que são produzidas pela ciência e pelo jornalismo profissional, são essenciais na construção do que a UNESCO descreve como “sociedades do conhecimento”. A desinfodemia se opõe a isso.

Atualmente, a Internet é o principal mecanismo de distribuição tanto da desinformação quanto da informação. Ela sustenta a função de transmissão no fluxo das mensagens, por meio da qual a produção da desinformação e também da informação confiável se conecta à recepção desse conteúdo e ao engajamento com ele.

O que, o porquê e o como da desinfodemia da COVID-19

A desinformação sobre a COVID-19 já é prolífica⁸, ameaçando não apenas os indivíduos, mas também as sociedades como um todo. Isso leva os cidadãos a se exporem ao perigo quando ignoram o aconselhamento científico; amplia a falta de confiança nos políticos e nos governos; e desvia os esforços dos jornalistas, que trabalham de maneira reativa para refutar as inverdades em vez de realizarem reportagens de forma proativa a partir de novas informações. Isso deixa todos na defensiva.

As motivações para a desinformação são diversas, tal como ganhar dinheiro, obter vantagem política, minar a confiança, transferir a culpa, polarizar as pessoas e prejudicar as respostas à pandemia. Por outro lado, alguns fatores impulsionadores podem ser a ignorância, os egos individuais ou uma intenção equivocada de ajudar. A desinformação decorrente pode ser compartilhada por indivíduos, grupos organizados, alguns meios de comunicação e canais oficiais – de maneira premeditada ou não.

Muitas vezes, a desinfodemia oculta as inverdades em meio a informações verdadeiras e se disfarça em vários formatos familiares. Ela recorre a métodos conhecidos que vão desde utilizar memes enganosos e fontes falsas até fazer com que as pessoas cliquem em *links* ligados a atividades criminosas de *phishing*. O resultado é que a desinformação sobre a COVID-19 afeta todos os conteúdos de modo geral, incluindo aqueles sobre: a origem, a propagação e a incidência da doença; seus sintomas e tratamentos; as respostas dos governos e demais atores.

⁸ Saiba mais: <https://www.poynter.org/ifcn-covid-19-misinformation/>

Quatro formatos principais da desinfodemia

Ao contaminar o entendimento público sobre os diversos aspectos da pandemia e seus efeitos, a desinformação a respeito da COVID-19 se utiliza de uma ampla gama de formatos. Muitos foram aperfeiçoados no contexto das campanhas antivacinação e da desinformação política. Com frequência, eles “contrabandeiam” inverdades para a consciência das pessoas, concentrando-se em suas crenças em vez da razão, em seus sentimentos em vez da dedução. Baseiam-se em preconceitos, polarização e identidades políticas, assim como na credulidade, no cinismo e na busca individual por um sentido simplificado diante de tantas complexidades e mudanças. A contaminação se espalha em textos, imagens, vídeos e áudios. Os principais formatos da desinformação são os seguintes:



Construção de narrativas e memes emotivos: falsas alegações e narrativas textuais⁹ que misturam uma linguagem muito emocional, mentiras e/ou informações incompletas e opiniões pessoais, junto com elementos de verdade. Esses formatos são particularmente difíceis de serem descobertos em aplicativos de mensagens fechados.



Sites e identidades oficiais fabricados: incluem fontes falsas, bases de dados contaminadas, falsos sites governamentais ou corporativos, assim como páginas da Internet que publicam informações aparentemente plausíveis no gênero de reportagens.



Imagens e vídeos fraudulentos, alterados, fabricados ou descontextualizados: são usados para criar confusão, desconfiança generalizada e/ou evocar emoções fortes por meio de memes ou histórias falsas que viralizam.



Infiltração de desinformação e campanhas orquestradas: visam semear a discórdia em comunidades *on-line*; promover o nacionalismo e projetos geopolíticos; praticar a coleta ilícita de dados pessoais de saúde e *phishing*; ou promover ganho monetário por meio de *spam* e propagandas de curas falsas. Esses formatos também podem incluir a amplificação artificial (impulsioneamento) e o antagonismo por meio de robôs (*bots* e *trolls*) como parte de campanhas organizadas de desinformação.

⁹ Saiba mais: <https://www.poynter.org/coronavirusfactsalliance/>

O monitoramento das redes sociais e a verificação de fatos são ferramentas essenciais para mensurar e entender a desinfodemia, pois revelam os tópicos de desinformação viral, que estão em constante mudança.

Revelar as respostas à desinformação sobre a COVID-19

As respostas à desinformação identificadas neste artigo são categorizadas de acordo com seus objetivos, e não em termos dos atores que as realizam (por exemplo, empresas de mídia *on-line*, governos, veículos de notícias, ONG). Alguns atores estão envolvidos em várias dessas respostas.

Com base em uma pesquisa realizada pelas autoras para o relatório da Comissão de Banda Larga para o Desenvolvimento Sustentável UNESCO-UIT¹⁰, foi desenvolvida uma tipologia hierárquica de respostas à desinformação.

No total, dez tipos de respostas foram identificados e agrupados em quatro categorias abrangentes: (i) identificação da desinformação; (ii) produtores e distribuidores; (iii) produção e distribuição; e (iv) apoio aos públicos-alvo da desinformação.

Respostas com foco na identificação da desinformação sobre a COVID-19

As respostas de identificação apontam quais conteúdos constituem desinformação sobre a COVID-19, o que requer monitoramento e análise de canais de informação (por exemplo, redes sociais, aplicativos de mensagens, meios de comunicação, sites etc.). Algumas das respostas nessa categoria envolvem a verificação de fatos, que é normalmente seguida da desmistificação. Isso significa descobrir alegações mentirosas, imagens falsas ou descontextualizadas e, então, provar que elas estão erradas e revelar a falsidade ao público. Outro tipo de resposta nessa categoria é a apuração de campanhas clandestinas e coordenadas de desinformação.

RESPOSTAS DE MONITORAMENTO E VERIFICAÇÃO DE FATOS

As respostas de monitoramento e verificação de fatos tendem a ser realizadas por organizações independentes de verificação de fatos, organizações de notícias, plataformas, acadêmicos e organizações da sociedade civil (OSC), bem como por parcerias entre esses atores. Tais respostas têm mobilizado um esforço em larga escala que envolve organizações de verificação de fatos em mais de 70 países coordenadas por meio da International Fact-Checking Network (IFCN), OMS, plataformas de redes sociais, ONG, governos e organizações de notícias. Além disso, WhatsApp, Facebook, Google e Twitter recentemente se comprometeram em fazer doações a empresas verificadoras de fatos e organizações jornalísticas para ajudar nas denúncias de desinformação.

O monitoramento das redes sociais e a verificação de fatos são ferramentas essenciais para mensurar e entender a desinfodemia, pois revelam os tópicos de desinformação viral, que estão em constante mudança. Por exemplo, entre janeiro e março de 2020, mais de 1,5 mil informações falsas *on-line* relacionadas à COVID-19 foram verificadas e desmistificadas por uma iniciativa da IFCN.

¹⁰ Disponível em: <https://www.broadbandcommission.org/publication/balancing-act-counteracting-digital-disinformation/>

Se, por um lado, fazem algum uso de ferramentas de *software* e automação, as respostas de verificação de fatos, por outro lado, ainda dependem muito do julgamento humano de profissionais altamente qualificados, funcionários de organizações independentes ou da mídia. Isso, em geral, minimiza o risco de distorção e violação do direito à liberdade de expressão¹¹. A verificação de fatos não se aplica a opiniões nem seu exercício vai contra o pluralismo na forma de diferentes narrativas que mobilizam e interpretam os fatos dentro de determinadas estruturas de entendimento.

RESPOSTAS INVESTIGATIVAS

As respostas investigativas vão além de perguntar se um conteúdo é — ao menos parcialmente — falso (verificação de fatos); se um veículo é confiável e imparcial (qualificação da credibilidade); e do engajamento no exercício posterior de desmistificação. Essas respostas se aprofundam no papel de campanhas de desinformação coordenadas, incluindo os atores que as criaram, o grau e os meios de disseminação, o dinheiro envolvido e as comunidades afetadas.

Devido à sua natureza mais profunda e intensa em termos de recursos, bem como ao prazo curto da pandemia, há menos respostas investigativas para a COVID-19 já publicadas em comparação com os esforços mais diretos de verificação de fatos e fontes. No entanto, organizações especializadas em respostas investigativas estão começando a publicar seus primeiros resultados de pesquisas. Tais organizações incluem, por exemplo, várias ONG, meios de comunicação, laboratórios de ideias e pesquisas conjuntas entre acadêmicos e a mídia independente.

Respostas a respeito da produção e distribuição de desinformação sobre a COVID-19

Essa categoria de respostas está voltada ao uso de poder político para lidar com a desinformação sobre a COVID-19, com o objetivo de moldar o ecossistema mais amplo de informações e conteúdos. Os Estados, de maneira individual, têm sido atores importantes aqui. Suas respostas abrangem a introdução de sanções para determinados casos, incentivos para outros e iniciativas proativas na forma do combate à desinformação. Esses esforços costumam ter como foco a produção e a distribuição de desinformação. Eles variam desde intervenções que criminalizam a desinformação sobre a COVID-19, de um lado do espectro, ao aumento da oferta de informações sobre saúde pública, de outro, e, de maneira menos frequente, ao apoio à mídia independente. As respostas mais restritivas têm implicações para a liberdade do jornalismo e da mídia em todo o mundo.

A verificação de fatos não se aplica a opiniões nem seu exercício vai contra o pluralismo na forma de diferentes narrativas que mobilizam e interpretam os fatos dentro de determinadas estruturas de entendimento.

¹¹ Saiba mais: <https://www.article19.org/wp-content/uploads/2020/03/Coronavirus-final.pdf>

(...) as regras e os padrões internacionais determinam que – mesmo em tempos de crise – seja imperativo respeitar os direitos humanos, como o direito ao acesso à informação, e que quaisquer limitações sejam plenamente justificadas, além de legais, necessárias e proporcionais ao seu propósito.

Enquanto o objetivo declarado dessa categoria de respostas é reduzir as inverdades ao lidar com aqueles que as criam, alguns atores contribuem eles mesmos com a desinformação e outros estão usando a pandemia para justificar a repressão à legítima liberdade de expressão, que pode durar indefinidamente.

RESPOSTAS LEGISLATIVAS, PRÉ-LEGISLATIVAS E POLÍTICAS

Essa categoria abrange intervenções regulatórias e de aplicação da lei pelos Estados. Tem havido, por exemplo, um elevado número de medidas para prevenir e punir atos de desinformação sobre a COVID-19, incluindo a criminalização de atos de produção ou compartilhamento de informações consideradas falsas, deturpadas e/ou que contradizem comunicados oficiais do governo sobre a COVID-19, bem como instruções para a retirada de conteúdos por parte das empresas de comunicação na Internet. Outras respostas políticas dizem respeito ao apoio material para o jornalismo como um baluarte contra a desinformação.

Entre as medidas tomadas estão decretos emergenciais que dão a líderes políticos poderes com novo alcance e a aplicação de atos emergenciais preexistentes a respeito da desinformação sobre a COVID-19 para permitir detenções, multas e prisão por delitos associados.

Em todo o mundo, os Estados têm aprovado leis ou regulamentos que possibilitam processar as pessoas que produzem ou circulam a desinformação, com penas de prisão de até cinco anos.

Essas medidas trazem consigo o risco de atingir o jornalismo legítimo. Em alguns países, produtores de jornalismo independente foram presos, detidos ou deportados por força dessas leis, no contexto da resposta dos Estados ao que consideram ser informações falsas. Tais medidas também correm o risco de violar direitos à liberdade de expressão em um sentido mais amplo, devido aos desafios inerentes à introdução de medidas emergenciais para enfrentar com urgência as ameaças à saúde e à segurança públicas. No entanto, as regras e os padrões internacionais determinam que – mesmo em tempos de crise – seja imperativo respeitar os direitos humanos, como o direito ao acesso à informação, e que quaisquer limitações sejam plenamente justificadas, além de legais, necessárias e proporcionais ao seu propósito.

CAMPANHAS NACIONAIS E INTERNACIONAIS DE COMBATE À DESINFORMAÇÃO

Esse tipo de resposta se concentra no desenvolvimento de contranarrativas para contestar a desinformação sobre a COVID-19 e busca mobilizar as comunidades *on-line* para ajudar a disseminar informações oficiais de saúde pública, bem como desmistificar conteúdos considerados falsos. Parcerias têm sido realizadas entre várias empresas e autoridades de comunicação na Internet para garantir canais interativos para conteúdos oficiais. Nessa categoria, as medidas incluem campanhas e a criação de unidades especiais responsáveis por produzir conteúdo para contestar a desinformação.

Respostas à desinformação sobre a COVID-19 dentro da produção e da distribuição

Essas respostas são voltadas a ações dentro das principais instituições na esfera das comunicações – como aquelas da imprensa, redes sociais, serviços de mensagens sociais e de busca. Longe de estarem imunes à desinformação, essas entidades são suscetíveis a se tornarem vetores de “infecção de desinformação”. Em reconhecimento a isso, muitas delas têm produzido respostas ligadas à curadoria (ou seja, à edição e à gestão) de conteúdos. Isso altera a presença e a proeminência dos diversos tipos de conteúdo, e em muitos casos a tecnologia é empregada para dar suporte às políticas e às práticas. Às vezes, as respostas são destinadas a reduzir os incentivos econômicos para os atores que buscam lucrar com a desinformação sobre a COVID-19.

RESPOSTAS CURATORIAIS

Essas respostas à desinfodemia envolvem mudanças para impedir a difusão de desinformação sobre a COVID-19 por meio do serviço de empresas na Internet, assim como para direcionar usuários e públicos a fontes oficiais de informações de saúde pública.

A curadoria de conteúdo por parte das empresas de comunicação na Internet pode ser avaliada em termos das recomendações da Relatoria Especial da ONU sobre a Promoção e a Proteção do Direito à Liberdade de Opinião e Expressão¹², que demanda salvaguardas para evitar a eliminação de conteúdo legítimo em atos de “censura privada”.

As respostas curatoriais também são uma plataforma importante das estratégias adotadas pelas organizações de notícias para combater a desinfodemia. Exemplos incluem curadorias especializadas¹³ que centralizam recursos, diretrizes e relatórios explicativos sobre como fazer jornalismo com segurança, ética e eficiência durante a pandemia.

RESPOSTAS TÉCNICAS E ALGORÍTMICAS

Essas respostas à desinformação usam automação (por exemplo, *plug-ins* de navegadores e aplicativos para celulares) e/ou Inteligência Artificial (IA) para detectar e limitar a difusão da desinformação ou para fornecer contexto e informações adicionais sobre itens e postagens individuais.

Elas podem ser implementadas por canais das redes sociais, bem como na forma de motores de busca e provedores terceiros (por exemplo, *plug-ins* de navegadores e aplicativos para celulares).

Alguns meios de comunicação e organizações de verificação de fatos estão utilizando ferramentas automatizadas para acelerar a verificação de fatos e conteúdos sobre a COVID-19. Outras ferramentas estão listadas na Caixa de Ferramentas Básicas da First Draft¹⁴, incluindo serviços para a verificação de imagens e vídeos, a identificação de geolocalização, ferramentas de transparência nas propagandas e *dashboards* sobre a COVID-19.

(...) respostas à desinformação usam automação (por exemplo, *plug-ins* de navegadores e aplicativos para celulares) e/ou Inteligência Artificial (IA) para detectar e limitar a difusão da desinformação ou para fornecer contexto e informações adicionais sobre itens e postagens individuais.

¹² Saiba mais: <https://www.ohchr.org/EN/Issues/FreedomOpinion/Pages/ContentRegulation.aspx>

¹³ Saiba mais: <https://ijnet.org/en/stories#story:7100>

¹⁴ Disponível em: <https://start.me/p/vjv80b/first-draft-basic-toolkit>

A crise da COVID-19, combinada com forças de trabalho reduzidas, também colocou um desafio para as empresas de Internet que moderam conteúdos. Consequentemente, elas têm recorrido cada vez mais à gestão automatizada de conteúdos de desinformação sobre a COVID-19. O Facebook alerta que elas “cometerão mais erros” e que não é mais possível garantir que os usuários que apelarem contra a remoção automática do canal poderão recorrer ao processo de revisão humana. Anúncios semelhantes foram feitos por Google, Twitter e YouTube. Nos casos em que a automação erra (por exemplo, a remoção de um post de usuário que remete a um *link* para notícias e *sites* legítimos sobre a COVID-19), a diluição do direito de apelação e a falta de um mecanismo de correção robusto prejudicam a liberdade de expressão dos usuários. Isso viola uma das principais obrigações corporativas destacadas pelo relator especial da ONU¹⁵ sobre a Promoção e a Proteção do Direito à Liberdade de Opinião e Expressão.

RESPOSTAS ECONÔMICAS

Essa categoria de respostas se refere a medidas para impedir que pessoas ganhem dinheiro com a desinformação e, assim, remover incentivos para a criação de “iscas de cliques” (*clickbaits*), *sites* falsificados de notícias e outros tipos de desinformação com fins de lucro.

Até o momento, há dois tipos principais de resposta econômica: proibições de propagandas e desmonetização de conteúdo sobre a COVID-19.

Respostas voltadas a apoiar os públicos-alvo das campanhas de desinformação sobre a COVID-19

Essa categoria de respostas à desinfodemia de COVID-19 inclui recomendações, resoluções, desenvolvimento da Alfabetização Midiática e Informacional (AMI) e iniciativas de certificação da credibilidade dos conteúdos. Todas essas respostas buscam atingir os alvos e destinatários da desinformação, tais como as comunidades *on-line*, os veículos de notícias e seus públicos.

RESPOSTAS ÉTICAS E NORMATIVAS

Esse grupo de respostas inclui o repúdio público a atos de desinformação ou recomendações e resoluções destinadas a impedi-los. Tais respostas incluem declarações de relatores especiais da ONU, oficiais da OMS e líderes políticos. Além disso, há exemplos de apelos para reforçar a conduta ética dentro do jornalismo e para que as empresas de comunicação na Internet aumentem seus esforços nesse sentido.

Com frequência, essas respostas assumem a forma de declarações, discursos ou artigos publicados com o objetivo de conscientizar outras

¹⁵ Saiba mais: <https://www.undocs.org/A/HRC/38/35>

pessoas a não mais compartilhar desinformação, reforçar as normas de liberdade de expressão durante a crise e adaptar os padrões éticos para enfrentar novos desafios nas respostas à desinfodemia.

O International Center for Journalists (ICFJ) lançou o Global Health Crisis Reporting Forum¹⁶, que inclui um centro interativo multilíngue para milhares de jornalistas em todo o mundo visando auxiliar a produção de reportagens fundamentadas e éticas por meio do acesso direto a fontes confiáveis em especialidades científicas e médicas, bem como facilitar o compartilhamento de conhecimento e a verificação/desmistificação de fatos colaborativa em referência à COVID-19.

RESPOSTAS EDUCATIVAS

Essas respostas pretendem promover a AMI, que inclui o pensamento crítico e as habilidades de verificação digital. Há também respostas voltadas para a educação e a formação jornalísticas, originadas do fato de jornalistas serem alvo, bem como porta-vozes de esforços de desinformação sobre a COVID-19. No contexto da desinfodemia, muitas medidas educativas estão sendo oferecidas em formato digital, utilizando os mesmos ambientes *on-line* onde a desinformação prolifera (por exemplo, as redes sociais). Essas respostas estão sendo desenvolvidas sobretudo por projetos de serviço público e de alfabetização informacional em todo o mundo, assim como pela imprensa, OSC dedicadas ao jornalismo, faculdades de jornalismo e governos. Por exemplo, a London School of Economics (LSE) publicou um guia¹⁷ para ajudar crianças a identificar na Internet a desinformação sobre a COVID-19, voltado para famílias forçadas pela pandemia a ensinar seus filhos em casa. O grupo de pesquisa Data & Society, por sua vez, produziu um material com dez dicas para jornalistas que cobrem a desinformação¹⁸.

ESFORÇOS DE EMPODERAMENTO E CREDIBILIDADE

As respostas de empoderamento e credibilidade são complementares às respostas educativas. Seu foco específico está nas ferramentas de verificação de conteúdo e nos indicadores de conteúdos na Internet, visando empoderar cidadãos e jornalistas para que não sejam vítimas da desinformação sobre a COVID-19. Elas também estimulam boas práticas das empresas de mídia na publicação de informações. Uma resposta amplamente utilizada é a sinalização (*signposting*), que envolve o fornecimento de *links* para fontes de informação confiáveis.

Isso se complementa com os esforços em certificar a credibilidade de sites, com o objetivo de ajudar cidadãos a identificar rapidamente os sites não confiáveis.

No contexto da desinfodemia, muitas medidas educativas estão sendo oferecidas em formato digital, utilizando os mesmos ambientes *on-line* onde a desinformação prolifera (por exemplo, as redes sociais).

¹⁶ Saiba mais: <https://www.icfj.org/our-work/covering-covid-19-resources-journalists>

¹⁷ Disponível em: <https://blogs.lse.ac.uk/medialse/2020/03/26/coronavirus-and-fakenews-what-should-families-do/>

¹⁸ Disponível em: <https://datasociety.net/wp-content/uploads/2020/04/10-Tips-pdf.pdf>

Em resposta à crise, o Setor de Comunicação e Informação da UNESCO tem reforçado seu trabalho em relação às dimensões de “oferta”, “demanda” e “transmissão” da desinfodemia.

Conclusão

Este artigo buscou apresentar uma estrutura para compreender a desinfodemia da COVID-19 e as possíveis respostas para endereçar a questão.

Em primeiro lugar, foram identificados quatro tipos principais de formatos prevalentes na desinformação sobre a crise da COVID-19. Os formatos mais utilizados abrangem: construções de narrativas e memes com alto teor emotivo; imagens e vídeos fabricados, alterados de forma fraudulenta ou descontextualizados; infiltrações e campanhas orquestradas de desinformação; e fontes, páginas de Internet e bases de dados falsas.

Em segundo lugar, para entender a variedade de respostas à desinfodemia, o artigo organizou essas intervenções em dez subcategorias, que, por sua vez, agrupam-se em quatro categorias abrangentes: (i) respostas de monitoramento e verificação de fatos (que ajudam a identificar, desmistificar e denunciar a desinformação sobre a COVID-19); (ii) respostas legislativas e políticas, bem como campanhas de combate à desinfodemia (que, juntas, representam a governança do ecossistema); (iii) respostas curatoriais, técnicas e econômicas (relevantes às políticas e às práticas de instituições que mediam conteúdos); e (iv) respostas éticas e normativas, educativas, de empoderamento e credibilidade (destinadas especialmente aos públicos-alvo dos agentes de desinformação).

Em resposta à crise, o Setor de Comunicação e Informação da UNESCO tem reforçado seu trabalho em relação às dimensões de “oferta”, “demanda” e “transmissão” da desinfodemia. Com relação à “transmissão” da desinformação, por exemplo, a UNESCO atua para fomentar a universalidade da Internet como uma forma de alinhar o desenvolvimento digital com o desenvolvimento sustentável. Isso envolve promover normas com base nos princípios ROAM¹⁹ acordados por seus Estados-Membros.

Por meio de seu trabalho, a UNESCO promove a visão de que os direitos à liberdade de expressão e ao acesso à informação são soluções fortes para os perigos da desinformação. São esses direitos que permitem a governos e ao público tomar decisões baseadas em evidências sobre a política e a prática, bem como a implementação e o monitoramento de respostas à pandemia fundamentadas tanto na ciência quanto nos valores dos direitos humanos.

¹⁹ Princípios ROAM de Direitos humanos (*human Rights*), Abertura (*Openness*), Acessível a todos (*Accessibility*), participação *Multistakeholder* (*Multistakeholder participation*).

Saiba mais: <https://en.unesco.org/internet-universality-indicators>

Entrevista I

Desinformação e jornalismo de dados

Natália Mazotte é coordenadora do Programa Avançado de Jornalismo e Comunicação do Insper. Nesta entrevista, ela explica o que é jornalismo de dados, aborda o papel dos dados abertos no combate à desinformação e apresenta estratégias de enfrentamento à desinformação fora da Internet.

Panorama Setorial da Internet (P.S.I.)_ O que é jornalismo de dados? Como esse campo surgiu e tem se desenvolvido no Brasil?

Natália Mazotte (N.M.)_ Jornalismo de dados é uma subárea do jornalismo que comporta técnicas de apuração, apresentação e publicação de informações de interesse público que vão além daquilo que tradicionalmente se aprende no jornalismo. Essas técnicas vêm do *design*, da análise estatística, da ciência da computação e assim por diante. Ou seja, em definição breve, é uma subárea do jornalismo que trabalha com técnicas inovadoras que bebem de fontes de outros campos e possibilitam ao jornalista entrevistar um novo tipo de fonte, a base de dados. Isso requer habilidades e competências interdisciplinares. É claro que permanecem o faro jornalístico, a necessidade de trazer contexto, de apurar muito bem, de checar diversas fontes, mas a técnica exigida para trabalhar com uma base de dados é diferente.

O jornalismo de dados permite que o jornalista não fique refém das análises que chegam prontas das assessorias. Além disso, dá condição para entender como um dado é produzido e como ele deve ser trabalhado. Essas são competências muito relevantes no atual contexto, em que a produção e a disponibilidade de dados crescem exponencialmente.

P.S.I._ Qual é a relevância do jornalismo de dados no atual cenário de desinformação?

N.M._ A desinformação floresce em ambientes de baixa confiança nas instituições. Para entender se o jornalismo de dados pode contribuir para um ecossistema de informação mais saudável, devemos nos perguntar se ele é capaz de ajudar a restabelecer a confiança no jornalismo, de modo geral. Eu acredito que sim, por duas razões. O bom jornalismo de dados traz na sua prática uma maior transparência de fontes e métodos de análise. Também não se limita a reproduzir o discurso oficial, porque consegue ir além das análises prontas.

Um segundo ponto é a crescente sofisticação da Inteligência Artificial (IA). Há cada vez mais possibilidades de se produzir voz sintética, fotografias, figuras e avatares humanos com um alto grau de convencimento. *Deepfakes* são um exemplo disso. Já é possível construir vídeos a partir de IA que elabora discursos e reproduz pessoas públicas. Com tecnologias desse tipo cada vez melhores e mais próximas, como combater a desinformação? É preciso que os jornalistas incorporem técni-



Natália Mazotte

Coordenadora do Programa Avançado de Jornalismo e Comunicação do Insper.

"O dado aberto acaba sendo a matéria-prima para o jornalismo de dados. É a partir dele que o jornalista faz suas próprias análises, questiona políticos, servidores, figuras oficiais que de alguma maneira são responsáveis por aquele dado, o que é muito importante."

cas avançadas de uso da tecnologia para a apuração e entendam como a tecnologia pode ser aplicada para produzir informações enganosas. O jornalista de dados já está no meio do caminho. E caberá a ele saber criar (ou ao menos orientar a criação de) ferramentas de monitoramento e classificação automatizadas que lhe permitam trabalhar nesse ecossistema de desinformação que vem se ampliando e se sofisticando. Para isso, o jornalista também precisará se sofisticar em termos de técnicas e práticas.

P.S.I. Como o uso de dados abertos pode contribuir para o combate à desinformação?

N.M. O jornalista de dados questiona os números, mas ele não os cria. É até possível trabalhar técnicas de coleta e, assim, gerar dados inéditos, em especial quando eles não estão disponíveis. Mas o mais comum é que os dados de interesse público tenham como produtores primários os órgãos públicos. Cabe ao jornalista ter um olhar crítico em relação a tais dados para que a qualidade se mantenha elevada.

Quando falamos de dados abertos, falamos de dados disponíveis para utilização, modificação e distribuição, e isso é relevante exatamente para que esse escrutínio seja feito. O dado aberto acaba sendo a matéria-prima para o jornalismo de dados. É a partir dele que o jornalista faz suas próprias análises, questiona políticos, servidores, figuras oficiais que de alguma maneira são responsáveis por aquele dado, o que é muito importante. Sem dados abertos, não conseguimos averiguar se o número divulgado nas estatísticas oficiais de fato condiz com a realidade.

P.S.I. Como as iniciativas de colaboração entre diferentes atores podem promover a divulgação de dados e informações confiáveis? Qual é a relevância das redes de colaboração diante da pandemia COVID-19 e do fenômeno da desinformação?

N.M. Temos hoje um nível de complexidade tão grande no debate público que só conseguiremos lidar com isso por meio de colaborações e do trabalho em rede. Há bons exemplos que surgiram a partir dos desafios de trabalhar com dados sobre a pandemia no Brasil. Um deles é a coalizão feita por veículos de imprensa para levantar dados sobre a crise sanitária, como o número de casos de internação e de pessoas que apresentaram a doença. Isso se deu porque o órgão que deveria centralizar e divulgar esses dados passou a se negar a fazê-lo, gerando um *blackout* de informação sobre a COVID-19 no Brasil. Só foi possível sair dessa situação porque redes de colaboração foram criadas.

Outro exemplo é o Brasil.IO²⁰, que formou uma rede de voluntários e trabalhou em conjunto com redações e a equipe da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz). Assim, para enfrentar *blackouts* de dados em momentos cruciais – como é o caso

²⁰ Saiba mais: <https://brasil.io/home/>

de uma pandemia – é preciso trabalhar em rede. Nenhum ator da sociedade conseguirá lidar sozinho com o tipo de desafio que um apagão desses representa. O exemplo dessas coalizões demonstra o nível de importância de formar redes – sem elas, passaríamos ainda mais tempo sem informações.

Quanto mais explicarmos e trabalharmos os dados de uma maneira que eles se tornem compreensíveis ao grande público, quanto mais construirmos redes que diminuam a falta de dados existente em algumas frentes, mais ocuparemos o *gap* informacional com informação boa, tirando espaço da informação ruim. A desinformação sempre irá circular; é preciso que haja informação boa circulando ao mesmo tempo para fazer frente a esse desafio.

P.S.I._ Como pensar a desinformação no contexto das pessoas que não estão conectadas à Internet?

N.M._ A resposta para esse desafio também perpassa a formação de redes e de multiplicadores da boa informação. Onde estão essas pessoas? É preciso pensar do ponto de vista dos territórios, das comunidades, dos grupos sociais em que a Internet não está presente. Pensando nas áreas rurais – somente a título de exemplo, porque também temos bolsões sem Internet nas zonas urbanas –, onde as pessoas se reúnem? Como elas se informam? Onde a informação circula? O desafio é construirmos redes locais em que a boa informação circule. Isso passa pelo poder público, por escolas em que os professores sirvam de referência para a informação com critério científico. Passa também por levar jornalismo de qualidade a esses espaços, inclusive em formatos que não dependam necessariamente da mediação da Internet. Na minha visão, para lidar com esse desafio tendo em vista a exclusão digital, é preciso pensar o quanto conseguimos trabalhar as redes que já existem – sejam elas redes de educação ou de mídias locais, como as rádios – ou o tipo de tecnologia disponível àquela comunidade para que a informação boa circule.

É preciso considerar ainda que a exclusão digital possui níveis diferentes. Uma pessoa pode não ter acesso a um plano de dados ou a uma rede de banda larga, mas ter um celular no sistema pré-pago que a conecta gratuitamente a algumas mídias sociais, como o WhatsApp. Então, como fazemos a boa informação circular nessa plataforma?

É importante conscientizar os produtores de conteúdo sobre o desafio que é a falta de Internet de qualidade em diversos locais do país. Uma vez que o jornalismo está extremamente concentrado em regiões específicas, os jornalistas não parecem pensar muito a respeito disso. É preciso qualificá-los para tal. Pesquisas mostram como o Brasil é um grande deserto de notícias, com pequenos bolsões informados, pequenas áreas com uma concentração de veículos que produzem boa informação. O jornalismo que se pretende nacional deve encarar o desafio da exclusão digital e pensar novos meios de distribuição para chegar a esses espaços em que a Internet não chega.

"A desinformação sempre irá circular; é preciso que haja informação boa circulando ao mesmo tempo para fazer frente a esse desafio."

Artigo II



Debora Albu

Coordenadora do programa de Democracia e Tecnologia do Instituto de Tecnologia e Sociedade (ITS).

Educação midiática e empoderamento cidadão: uma abordagem para o combate à desinformação²¹

Por Debora Albu²²

Introdução

A disseminação de informações falsas ou enganosas não é uma tática nova. Trata-se de prática comum desde tempos imemoriais, em especial no campo da política. No entanto, à medida que a sociedade embarcou na quarta revolução industrial, o fenômeno evoluiu consideravelmente, e a desinformação na esfera digital está cada vez mais difícil de detectar, classificar e neutralizar. A pandemia COVID-19 também intensificou esse cenário, gerando inclusive uma categoria específica, a desinfodemia, tema do primeiro artigo desta publicação (Posetti & Bontcheva, 2020).

Nas democracias, a desinformação é um fator crucial para a diminuição da confiança, elemento fundamental para a coesão social. A troca deliberada de informações falsas é particularmente preocupante, uma vez que o acesso à informação é uma forma de empoderamento do cidadão, cuja capacidade de se engajar em questões de interesse público, desde mudanças climáticas até igualdade de gênero, depende do conhecimento específico que ele tem. Nesse sentido, tecnologias digitais como as mídias sociais desempenham um papel decisivo ao facilitarem o acesso a processos de informação e sensibilização, estimulando o engajamento do cidadão.

As consequências danosas da desinformação têm sido objeto de diversos olhares atentos, seja por parte do setor público, da academia, da sociedade civil e mesmo das plataformas, entendidas por muitos como alvos de responsabilização. Vale reconhecer, então, o que está sendo feito por cada um desses atores (Digital Future Society, 2020) no combate à desinformação. No setor público, é possível observar iniciativas do Legislativo – como o Projeto de Lei (PL) n. 2630/2020, conhecido como “PL das *fake news*”²³ – e do Judiciário brasileiros

²¹ Este artigo é inspirado no relatório 'Dealing with Disinformation: Strategies for Digital Citizen Empowerment', publicado pela iniciativa Digital Future Society em parceria com o Instituto de Tecnologia e Sociedade (ITS). O documento está disponível nos idiomas inglês e espanhol em: <https://digitalfuturesociety.com/report/dealing-with-disinformation/>

²² Mestre em Gênero e Desenvolvimento pela London School of Economics e graduada em Relações Internacionais pela PUC-Rio, é pesquisadora em Gênero, Tecnologia e Participação Democrática. É coordenadora do programa de Democracia e Tecnologia do Instituto de Tecnologia e Sociedade (ITS).

²³ Saiba mais: <https://www.camara.leg.br/noticias/673694-projeto-do-senado-de-combate-a-noticias-falsas-chega-a-camara/>

– como a criação de um programa de enfrentamento à desinformação nas eleições pelo Tribunal Superior Eleitoral²⁴ –, que se mostram empenhados em atuar para mitigar o problema. Já as plataformas de mídias sociais vêm desenvolvendo múltiplas soluções: alterações na sua arquitetura/código, para usar a abordagem de Lessig (1999, 2006); redução do alcance de notícias falsas; modificações nos algoritmos; e criação de etiquetas sobre conteúdo falacioso. Tal atuação abrange inclusive a revisão de sua própria governança, como mostra a criação do Comitê de Supervisão²⁵ do Facebook, que exerce o papel de terceira parte independente no julgamento de remoções de conteúdo e no direcionamento quanto à liberdade de expressão.

Por sua vez, a academia, a sociedade civil e as organizações de mídia seguem atuando na ponta do debate. A academia o faz a partir de pesquisas qualificadas²⁶ e do desenvolvimento de novas metodologias para dar respostas na mesma velocidade em que essas campanhas são empreendidas. A sociedade civil organizada atua com base em *advocacy*, na conscientização sobre os efeitos nocivos da desinformação para as democracias, bem como no desenvolvimento de ferramentas de educação informacional e midiática (Wilson et al., 2013). Por último, coube à mídia tradicional se reinventar e fazer chegar o bom jornalismo àquelas pessoas que mais consomem desinformação, seja a partir de novos formatos e canais, seja pelo fortalecimento de iniciativas acessíveis de verificação de fatos, muitas vezes diretamente nos aplicativos de mensagem privada dos usuários²⁷.

Não existe uma fórmula mágica que permita eliminar a desinformação. Nesse sentido, a participação multissetorial é fundamental para que haja uma visão holística da questão e das necessidades dos cidadãos. Cada um dos atores deve desenvolver diferentes estratégias que possam se somar no combate efetivo ao problema. Muitas dessas estratégias apresentaram bons resultados, diminuindo a desinformação não só em termos da disseminação, mas também do consumo e da regulação. Estamos lidando, todavia, com um fenômeno sistêmico, fruto de mudanças estruturais na forma como nos organizamos enquanto sociedade. É, portanto, crucial que a abordagem da educação midiática prevaleça no longo prazo a fim de apoiar a redução do impacto negativo da desinformação.

O presente artigo busca, assim, contribuir para a discussão sobre a educação midiática como ferramenta para o empoderamento do cidadão. Argumenta-se que essa abordagem é efetiva para a diminuição dos efeitos nocivos da desinformação no longo prazo, posto que, quando bem informadas, as pessoas são mais capazes de exercer seus direitos e deveres de maneira plena. Para isso, o texto inicia com uma discussão sobre o conceito de educação midiática, partindo dos principais *frameworks* internacionais sobre o tema. Segue-se com a apresentação de casos e ferramentas que aplicam tal abordagem. Por fim, são apresentadas considerações finais relativas à educação midiática para o empoderamento cidadão.

Cada um dos atores deve desenvolver diferentes estratégias que possam se somar no combate efetivo ao problema. Muitas dessas estratégias apresentaram bons resultados, diminuindo a desinformação não só em termos da disseminação, mas também do consumo e da regulação.

²⁴ Saiba mais: tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2020/Maio/programa-de-enfrentamento-a-desinformacao-com-foco-nas-eleicoes-2020-mobiliza-instituicoes

²⁵ Saiba mais: <https://oversightboard.com/>

²⁶ Saiba mais: <https://laut.org.br/ciencia-contaminada/>

²⁷ Saiba mais: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2020/08/04/chatbot-icfn-lupa-covid-19/>

A desinformação tem potencial ainda para aprofundar a desconfiança nas instituições, resultando em um enfraquecimento das democracias e de seus cidadãos, que ficam incapazes de definir a direção do próprio futuro.

Desinformação como desempoderamento cidadão

A informação é uma ferramenta essencial para o empoderamento do cidadão e serve de base para uma sociedade democrática robusta. Pensando a partir do Artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos, o direito à liberdade de expressão e opinião é constitutivo da cidadania plena e localiza a importância do acesso à informação (Organização das Nações Unidas [ONU], 1948). Nos últimos 60 anos, ativistas, pesquisadores e tomadores de decisão têm defendido o acesso à informação e a capacidade de compartilhá-la para empoderar os cidadãos em todo o mundo. Isso se deve ao poder que ela tem para mobilizar, promover a transparência, estimular o engajamento dos cidadãos, a cidadania ativa, a aprendizagem ao longo da vida e a mudança social. Entende-se, por exemplo, que a informação teve papel central nos processos de desenvolvimento nacional na década de 1960: pesquisadores da época demonstraram como tanto ela quanto a comunicação contribuem para a modernização das instituições em economias emergentes.

O advento das plataformas de mídia social foi muito positivo para os defensores da liberdade de expressão em todo o mundo. Esses canais desempenham um papel importante no aumento da consciência coletiva, bem como na sua tradução em ação no mundo analógico. Grandes mobilizações políticas como a Primavera Árabe, o movimento *Occupy Wall Street* e os protestos de junho de 2013 no Brasil foram amplamente coordenadas por meio dessas plataformas.

Ao mesmo tempo, diversos estudos mostram que os eleitores usam as redes sociais como fonte de informação ao decidirem em qual candidato votar, transformando-as em potenciais focos de contenção política, de proliferação de contas automatizadas e de desinformação. Uma democracia forte requer notícias de alta qualidade produzidas por uma mídia independente, um clima plural de opiniões e uma capacidade de negociar o consenso público (Bradshaw & Howard, 2017). No entanto, atores políticos estão aproveitando esses espaços para fabricar consenso, manipular a opinião pública e subverter processos democráticos, correndo o risco de levar ao desempoderamento dos cidadãos.

Diante desse contexto, tais meios podem ser considerados arenas para o debate democrático de ideias e a liberdade de reunião, por um lado, mas também para o desenvolvimento de consensos propensos à disseminação de desinformação, por outro, graças à sua infraestrutura algorítmica e aos seus modelos de negócios. Sem o acesso a informações de alta qualidade a respeito do contexto político, por exemplo, os cidadãos não podem tomar decisões baseadas em um processo construtivo de criação de suas próprias opiniões e desejos a partir da análise de diferentes pontos de vista. Em especial crianças e jovens, no momento de construir sua concepção de mundo, necessitam desenvolver tais habilidades (Cortesi et al., 2020). A desinformação tem potencial ainda para aprofundar a desconfiança nas instituições, resultando em um enfraquecimento das democracias e de seus cidadãos, que ficam incapazes de definir a direção do próprio futuro.

Uma pesquisa de 2019 da Fundação Mozilla²⁸ indicou que a desinformação é uma das principais preocupações em todo o mundo – apenas 3% das 60 mil pessoas entrevistadas afirmaram não estar preocupadas com o tema. O levantamento também mostrou que os cidadãos se sentem impotentes para tomar qualquer atitude individual no combate à desinformação. Apenas 15% disseram que usuários de Internet têm as ferramentas necessárias para solucionar essa questão, enquanto a maioria atribuiu responsabilidades a plataformas como Facebook, Google e YouTube, que estariam mais bem equipadas para resolver o problema. Ao mesmo tempo, 86% das pessoas entrevistadas citaram a educação midiática como a ferramenta mais importante para combater a desinformação. Mas o que, afinal, é educação midiática? Como e por quem ela pode ser implementada? Existem diferentes abordagens e estratégias, que serão exploradas a seguir.

Conceituando a educação midiática

O FRAMEWORK DA UNESCO: ALFABETIZAÇÃO MIDIÁTICA E INFORMACIONAL

A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) há décadas trabalha pela construção de conceituações e enquadramentos globais para a educação, a alfabetização e o letramento, buscando as modificações e as contextualizações necessárias para essas estratégias. Nesse sentido, uma compreensão profunda sobre a dita “sociedade da informação” e as grandes transformações advindas dessa revolução é fundamental para o desenvolvimento de políticas públicas adequadas que enderecem tal fenômeno.

A Declaração de Grünwald, publicada pela UNESCO em 1982, foi o primeiro documento a reconhecer a relevância da mídia e de sua difusão na sociedade. Além de valorar o papel da comunicação e da mídia enquanto instrumento de participação social ativa dos cidadãos, a declaração afirma: “Os sistemas políticos e educacionais precisam reconhecer suas obrigações de promover em seus cidadãos uma compreensão crítica dos fenômenos da comunicação” (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura [UNESCO], 1982). Esse documento recomenda que os governos ofereçam programas de educação midiática focados não só no desenvolvimento de conhecimento, mas também de habilidades e atitudes sobre o consumo de informação.

A forma de conceituar a educação midiática é largamente debatida na literatura acadêmica, tendo um primeiro registro como “*information literacy*” em 1974, no relatório produzido por Paul Zurkowski, à época presidente da Software and Information Industry Association (Dudziak, 2003). Desde então, fala-se em “letramento”, “literacia”, “alfabetização” e “educação” de maneiras distintas, mas que cobrem uma gama de ações e capacidades relacionadas à informação, mediadas ou não por tecnologias digitais.

Três décadas depois, a UNESCO apoiou a realização do fórum Towards an Information Literate Society, que resultou na Declaração de Praga²⁹. Este documento propõe princípios básicos e recomendações para a alfabetização informacional. O encontro,

²⁸ Disponível em: <https://foundation.mozilla.org/en/blog/7-interesting-things-we-learned-when-we-ask-world-about-misinformation-online/>

²⁹ Disponível em: <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/PragueDeclaration.pdf>

(...) a inclusão social, a educação midiática e a inclusão digital estão intimamente interligadas ao desenvolvimento de sociedades mais justas e tolerantes, nas quais a cidadania seja exercida de maneira plena.

ocorrido na “era da Internet”, concentrou a discussão nas temáticas ligadas às desigualdades sociais, econômicas e culturais acarretadas pela disparidade de informacional e no acesso às tecnologias de informação e comunicação (TIC). A declaração é pioneira ao apresentar de que forma a inclusão social, a educação midiática e a inclusão digital estão intimamente interligadas ao desenvolvimento de sociedades mais justas e tolerantes, nas quais a cidadania seja exercida de maneira plena.

Um elemento fundamental na conceituação da alfabetização informacional é a ideia de aprendizagem ao longo da vida (*lifelong learning*), consolidada na Declaração de Alexandria³⁰, em 2005. Sua redação, realizada no High-Level Colloquium on Information Literacy and Lifelong Learning, afirma:

A alfabetização informacional está no cerne da aprendizagem ao longo da vida. Ela capacita pessoas em todas as esferas da vida a buscar, avaliar, usar e criar informações de forma eficaz para atingir seus objetivos pessoais, sociais, ocupacionais e educacionais. É um direito humano básico em um mundo digital e promove a inclusão social de todas as nações. (Garner, 2006, p. 3, tradução da autora)

A evolução das TIC nas duas últimas décadas, em especial com a chegada das redes sociais e a facilitação da produção de conteúdo por qualquer usuário da Internet, acarretou a necessidade de refinar o conceito de alfabetização informacional (Wilson et al., 2013). É nesse contexto que surge a Alfabetização Midiática e Informacional (AMI), que combina a alfabetização midiática e a alfabetização informacional. Ao criar esse conceito, a UNESCO une um ecossistema de habilidades, competências e conhecimentos necessários para o exercício pleno da cidadania, da liberdade de expressão e do empoderamento cidadão:

Por um lado, a alfabetização informacional enfatiza a importância do acesso à informação e a avaliação do uso ético dessa informação. Por outro, a alfabetização midiática enfatiza a capacidade de compreender as funções da mídia, de avaliar como essas funções são desempenhadas e de engajar-se racionalmente junto às mídias com vistas à autoexpressão. (Wilson et al., 2013, p. 18)

A AMI é entendida como uma abordagem mais abrangente e adequada ao cenário atual por uma série de motivos. Em primeiro lugar, ao englobar competências tanto do campo da informação quanto do campo das mídias, a AMI suporta a rápida evolução das TIC, meios cruciais para o consumo, a produção e a disseminação de informações. Em segundo lugar, a AMI estimula o pensamento crítico (Frau-Meigs & Torrent, 2009) e o desenvolvimento de ferramentas de curadoria, checagem e reflexão sobre a informação, competências primordiais para melhor navegar o ecossistema informacional, minado por desinformação (Albu et al., 2019). Finalmente, por se embasar em direitos fundamentais como a liberdade de expressão e opinião, a AMI é um caminho poderoso na formação de cidadãos empoderados e cientes de seus deveres (Gasser et al., 2012).

³⁰ Disponível em: <http://eprints.rclis.org/3829/1/alexfinalreport.pdf>

DESAFIOS PARA A IMPLEMENTAÇÃO DA EDUCAÇÃO MIDIÁTICA

Um dos principais desafios para a implementação da educação midiática como abordagem para o empoderamento cidadão e o combate à desinformação é a brecha digital. O acesso às TIC se torna condição *sine qua non* para o desenvolvimento das competências relacionadas à educação midiática, informacional e digital, posto que os sistemas de informação estão cada vez mais ubíquos e baseados nessas tecnologias. Nesse sentido, é necessário considerar o acesso a dispositivos conectados, bem como à Internet. Apesar de haver 5,2 bilhões de assinantes de tecnologia móvel no mundo³¹, as diferenças regionais, nacionais, econômicas e sociais são significativas, jogando luz sobre a dimensão da inclusão digital. As diferenças de gênero, raça e classe também são relevantes e marcam tais disparidades (Alliance for Affordable Internet [A4AI], 2020). No Brasil, há mais de um dispositivo móvel por habitante (234 milhões no total), mas novamente é preciso observar a distribuição, que segue padrões de desigualdade³².

Em relação ao indicador de acesso à Internet, os números absolutos globais são menos promissores: pouco mais de 50% da população é usuária de Internet³³. A disparidade de acesso por região é alta, sendo a diferença entre o espaço urbano e o rural a mais significativa. Sem acesso aos dispositivos nem à Internet, não é possível o pleno desenvolvimento do conhecimento, das habilidades e das atitudes no âmbito da abordagem da AMI, em especial para crianças e adolescentes (Livingstone et al., 2017).

Outro desafio é o próprio estabelecimento dessa abordagem como política pública. Isso significa muitas vezes a reformulação de diretrizes e bases curriculares, que precisam ser aprovadas pelos diferentes poderes e, então, implementadas. A previsão orçamentária pode ser restrita ou inadequada, e sua capilarização em níveis estadual e municipal costuma apresentar barreiras. O treinamento de professores nessas competências e nos currículos para a aplicação da AMI ao corpo docente também deve ser previsto e incorporado (Grizzle, 2016).

Por fim, há o desafio da regulamentação, em especial pensando a utilização da educação midiática no combate à desinformação. Um estudo realizado por Leal e Lunes (2020) analisou todas as legislações em tramitação no Congresso Nacional até o início de 2020 que tratavam do enfrentamento à desinformação, com o objetivo de entender quais as abordagens elencadas nos projetos de lei em questão. Dos 59 projetos examinados pelas autoras, apenas 12% apresentam uma perspectiva educativa, reforçando o uso da AMI. Em geral, os projetos trazem poucas especificidades em relação à implementação dessa abordagem, tratando ora da educação digital, ora da educação midiática, não de maneira holística.

Apesar dessas questões, a promoção da alfabetização midiática tem sido a principal estratégia empregada por uma ampla gama de partes interessadas, desde o poder público até as organizações da sociedade civil. Ademais, os governantes estão percebendo a insuficiência de se confiar na regulamentação para lidar com o problema específico da desinformação. Um relatório parlamentar do Reino Unido sobre o tema afirma que o dever legal da Secretaria de Comunicações é promover a alfabe-

Um dos principais desafios para a implementação da educação midiática como abordagem para o empoderamento cidadão e o combate à desinformação é a brecha digital.

³¹ Saiba mais: https://www.gsma.com/mobileeconomy/wp-content/uploads/2020/03/GSMA_MobileEconomy2020_Global.pdf

³² Saiba mais: <https://eaesp.fgv.br/sites/eaesp.fgv.br/files/u68/fgvcia2021pesti-relatorio.pdf>

³³ Saiba mais: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>

tização midiática, apontando-a como “um quarto pilar da educação, ao lado da leitura, da escrita e da matemática”³⁴. Programas de alfabetização midiática foram lançados ou apoiados pelos governos do Reino Unido³⁵ e da Indonésia³⁶, e países como Canadá³⁷, Finlândia³⁸ e Austrália³⁹ já incorporaram a alfabetização digital aos currículos educacionais nacionais.

CASOS E FERRAMENTAS DE INTERESSE

Para ilustrar algumas formas práticas de implementação da educação midiática no combate à desinformação, são elencados a seguir projetos e ferramentas desenvolvidos por organizações da sociedade civil e pesquisadores imersos no tema.

O projeto Pegabot⁴⁰, do Instituto de Tecnologia e Sociedade (ITS), tem como objetivo dar transparência ao uso de comportamento automatizado nas redes sociais, promovendo uma cultura de educação midiática. Um de seus eixos inclui a ferramenta que identifica a probabilidade de determinado perfil no Twitter ser um robô, de maneira a auxiliar o usuário a compreender o funcionamento desses perfis e decidir sobre o tipo de informação que deseja consumir. Ademais, o projeto visa capacitar jornalistas e organizações civis sobre desinformação e as competências previstas na AMI. Trata-se de uma forma de “gamificar” a educação midiática e tornar seu aprendizado mais palatável.

Outra ferramenta interessante são os *chatbots* de checagem de fatos. Esses mecanismos automatizados costumam funcionar em redes sociais ou aplicativos de mensagem privada, ajudando o usuário a verificar uma informação ou aprender a checar uma notícia sem precisar mudar de plataforma. É o caso do *chatbot* desenvolvido pela International Fact-Checking Network (IFCN) para desmentir informações falsas sobre a pandemia COVID-19⁴¹. A ferramenta está disponível em quatro idiomas, incluindo o português, e se mostrou uma forma bem-sucedida de mitigar a disseminação de inverdades sobre o novo coronavírus, em especial diante do necessário isolamento social.

Considerações finais

Ao longo das últimas décadas, o conceito de educação midiática evoluiu significativamente, passando a abarcar as complexidades decorrentes da própria transformação do ecossistema de informação. Nesse sentido, descrever a educação midiática e informacional como um conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes tanto para a informação em si quanto para o meio/mídia que a suporta é uma abordagem mais interessante e completa em relação às anteriores, que não consideravam a relevância das TIC para a sociedade. O fenômeno da desinformação, inerente a qualquer sistema informacional, segue como um desafio, apesar dos múltiplos caminhos para combatê-lo.

É necessária a coordenação multissetorial entre entes públicos, setor privado, sociedade civil, academia e imprensa para dar escala às soluções que melhor performem

³⁴ Disponível em: <https://publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmcomeds/1791/1791.pdf>

³⁵ Saiba mais: <https://www.bbc.com/news/uk-politics-42791218>

³⁶ Saiba mais: <https://www.siberkreasi.id>

³⁷ Saiba mais: <https://mediasmarts.ca/sites/default/files/pdfs/publication-report/full/digital-literacy-paper.pdf>

³⁸ Saiba mais: <https://www.literacyworldwide.org/blog/literacy-now/2015/08/28/digital-literacies-in-the-new-finnish-national-core-curriculum>

³⁹ Saiba mais: <https://www.australiancurriculum.edu.au/media/3652/literacy-digital-technologies.pdf>

⁴⁰ Saiba mais: www.pegabot.com.br

⁴¹ Saiba mais: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2020/08/04/chatbot-ifcn-lupa-covid-19/>

e que garantam um processo de aprendizagem ao longo da vida, bem como uma competência crítica para o consumo, a produção e a disseminação de informação. Deve-se aplicar um olhar sistêmico e holístico à educação midiática e informacional como a principal estrutura de combate à desinformação e como base para o empoderamento cidadão.

Referências

- Albu, D., Cerqueira, D., Konopacki, M., & Guimarães, T. (2019). *Hablatam: Dinâmicas de consumo e compartilhamento de informações por jovens brasileiros*. <https://itsrio.org/wp-content/uploads/2020/08/Relat%C3%B3rio-Hablatam.pdf>
- Alliance for Affordable Internet [A4AI]. (2020). *Affordability Report 2020*. <https://a4ai.org/affordability-report/report/2020/>
- Bradshaw, S., & Howard, P. (2017). Troops, trolls and troublemakers: A global inventory of organized social media manipulation. *Oxford Internet Institute*. <https://demtech.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/07/Troops-Trolls-and-Troublemakers.pdf>
- Cortesi, S., Hasse, A., Lombana-Bermudez, A., Kim, S., & Gasser, U. (2020). Youth and digital citizenship+ (plus): Understanding skills for a digital world. *Berkman Klein Center Research Publication*. <https://ssrn.com/abstract=3557518>
- Digital Future Society. (2020). *Dealing with disinformation: Strategies for digital citizen empowerment*. <https://digitalfuturesociety.com/report/dealing-with-disinformation/>
- Dudziak, E. A. (2003). Information literacy: Princípios, filosofia e prática. *Ciência da Informação*, 32 (1), 23-35. <https://doi.org/10.1590/S0100-19652003000100003>
- Frau-Meigs, D., & Torrent, J. (2009). *Mapping media education policies in the world: Visions, programmes and challenges*. United Nations Alliance of Civilizations, Grupo Comunicar.
- Garner, S. D. (Ed.). (2006). *High-level colloquium on information literacy and lifelong learning: Report of a meeting sponsored by the United Nations Education, Scientific, and Cultural Organisation (UNESCO), National Forum on Information Literacy (NFIL) and the International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA)*. <http://eprints.rclis.org/3829/1/alexfinalreport.pdf>
- Gasser, U., Cortesi, S., Malik, M. M., & Lee, A. (2012). *Youth and digital media: From credibility to information quality*. Berkman Center Research Publication. <https://ssrn.com/abstract=2005272>
- Grizzle, A. (2016). *Alfabetização midiática e informacional: Diretrizes para a formulação de políticas e estratégias*. Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, Cetic.br. <https://nic.br/publicacao/alfabetizacao-midiatica-e-informacional-diretrizes-para-a-formulacao-de-politicas-e-estrategias/>
- Leal, A., & Lunes, J. (2020). *Combatendo a desinformação online: Qual o espaço da educação digital nas medidas legislativas propostas pelo Parlamento Brasileiro?*. https://itsrio.org/wp-content/uploads/2020/10/Combatendo-a-Desinforma%C3%A7%C3%A3o-Online_Amanda_Leal_e_Julia_Lunes.pdf
- Lessig, L. (1999). *The law of the horse: What cyberlaw might teach*. *Harvard Law Review*, 113(2).
- Lessig, L. (2006). *Code 2.0*. Basic Books.
- Livingstone, S. et al. (2017). Global perspectives on children's digital opportunities: An emerging research and policy agenda. *Pediatrics*, 140(S2), S137-S141. https://pediatrics.aappublications.org/content/140/Supplement_2/S137
- Organização das Nações Unidas [ONU]. (1948). *Declaração universal dos direitos humanos*. <https://www.unicef.org/brazil/declaracao-universal-dos-direitos-humanos>
- Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura [UNESCO]. (1982). *Grünwald declaration on media education*. http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/theme_media_literacy_grunwald_declaration.pdf
- Posetti, J., & Bontcheva, K. (2020). Desinfodemia: Decifrar a desinformação sobre a COVID-19. *Panorama Setorial da Internet*, 13(3).
- Wilson, C., Grizzle, A., Tuazon, R., Akyempong, K., & Cheung, C. K. (2013). *Alfabetização midiática e informacional: Currículo para formação de professores*. Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, Universidade Federal do Triângulo Mineiro. 194 p.

Entrevista II



Gilberto Scofield Jr.
Diretor de Marketing e Relacionamento da Agência Lupa.

Fact-checking e educação midiática no combate à desinformação

Gilberto Scofield Jr. é diretor de Marketing e Relacionamento da Agência Lupa, plataforma que faz uso do *fact-checking* e da educação midiática para promover a conscientização sobre a desinformação e seus riscos. Nesta entrevista, ele aborda o que é *fact-checking*, como essa prática surgiu e quais os caminhos possíveis para combater a desinformação.

Panorama Setorial da Internet (P.S.I.)_ O que é fact-checking e como essa atividade surgiu no Brasil?

Gilberto Scofield Jr. (G.S.)_ A checagem de dados como prática jornalística não é nova. No passado, havia uma pessoa no processo de produção do conteúdo que era responsável por checar as declarações de entrevistados antes da impressão. Com a crise no setor jornalístico, esses profissionais foram dispensados.

A prática da checagem teve origem na década de 1990, nas campanhas eleitorais norte-americanas. Em 1991, o jornalista Brooks Jackson criou na CNN uma equipe denominada “*ad police*” para fiscalizar as peças publicitárias de cunhos partidário e político, checando o que era verdadeiro ou falso. Aos poucos, isso foi se ampliando como jornalismo de modo geral. Este é o *fact-checking* clássico, em que se verifica a declaração de uma fonte. Há outra variante, o *debunking* (desmistificação), em que se checa tudo aquilo que não tem autor e é disseminado nas redes sociais, por exemplo. A *verification* (verificação), por sua vez, é a checagem de conteúdos digitais como vídeos, fundamental no contexto das *deepfakes*.

Em 2007, o jornalista do Tampa Bay Times Bill Adair fundou o PolitiFact, plataforma de checagem e estudos sobre desinformação. Dois anos depois, a iniciativa ganhou o prêmio Pulitzer, importante reconhecimento na área do Jornalismo, pelo trabalho de checagem de declarações de candidatos durante a campanha presidencial norte-americana de 2008. Em 2010, a Argentina abriu sua primeira empresa de checagem, denominada Chequeado. Já no Brasil, até 2014 não se falava no assunto. A Agência Lupa nasceu em novembro do ano seguinte.

É importante esclarecer que *fact-checking* não é checagem de opinião nem se dedica a tendências ou conceitos amplos. Somente é possível verificar o grau de veracidade de conteúdos a respeito dos quais existem dados históricos, estatísticas, comparações e informações sobre a legalidade do fato em questão. O que é passível de checagem, portanto, são informações que possuem um banco de dados verificável.

P.S.I._ No atual cenário de rápida disseminação das informações, quais iniciativas são importantes no combate à desinformação?

G.S._ A desinformação sempre existiu, mas não na velocidade nem no contexto de mediação algorítmica atuais. Entramos na era das interações mediadas por algoritmos e temos um manancial de plataformas de redes sociais que produzem

dados com muita facilidade de análise. Na Internet de hoje é possível escolher grupos de acordo com a plataforma e entregar a eles exatamente aquilo que desejam ouvir. Criou-se uma indústria de desinformação que molda o formato da distribuição em termos do conteúdo.

Em 2020, trabalhamos para entregar novos formatos de checagem com o objetivo de alcançar as pessoas que não entendem o caráter falso daquele conteúdo somente a partir da leitura da matéria. No Facebook, por exemplo, é possível denunciar notícia falsa, e quando isso acontece o Facebook envia para nossa checagem. Se a informação é falsa, o Facebook adota duas medidas: abre um *pop up* de alerta sempre que alguém tenta compartilhar aquela postagem, avisando que o conteúdo foi considerado falso pela Agência Lupa; e altera o algoritmo, ou seja, cada vez menos pessoas verão aquele conteúdo falso. É uma chance de conseguirmos diminuir o impacto da desinformação.

Checar os fatos basta? Não, porque a velocidade da checagem não é a mesma da desinformação. Nesse sentido, entendemos o letramento digital e midiático como uma ferramenta muito poderosa. Requer mais tempo, mas tem um efeito maior no longo prazo, pois a checagem pura e simples nem sempre convence ou é a melhor solução. Em 2019 e 2020, por exemplo, treinamos todos os Tribunais Regionais Eleitorais para defenderem a instituição contra a desinformação. É preciso que todos entendam a periculosidade da desinformação.

A educação é importante para que leitores saibam que existem fórmulas de produção da desinformação, como a criação de narrativas, fotografias fora de contexto, títulos que não batem com o texto e uso de apelos emocionais. As pessoas precisam ser mais críticas em relação ao conteúdo que consomem.

P.S.I. Como podemos pensar estratégias para lidar com a desinformação no contexto das pessoas que ainda não estão conectadas à Internet?

G.S. É uma questão difícil. A desinformação é um fenômeno social que inclui muito mais do que o jornalista. Trata-se de um problema da sociedade, dos governos, das plataformas. Não é possível fazer uma discussão de projeto de lei no Congresso Nacional sem a presença de todas as plataformas de mídias sociais, por exemplo. A desinformação é um problema de todos, não só do chegador.

A Agência Lupa tem um projeto com a Google em que levamos conteúdo sobre desinformação a respeito da vacinação contra a COVID-19 para o que chamamos de “desertos de notícias”, ou seja, lugares que não são cobertos pela mídia tradicional nem por uma Internet de boa qualidade. Há muitas regiões assim no Brasil. Nesses casos, utilizamos rádios comunitárias e universitárias, cuja penetração é muito maior do que a da TV e do jornal impresso. Também trabalhamos com influenciadores hiperlocais para divulgar informações sobre as vacinas, como agentes comunitários de saúde que orientam as famílias nas áreas onde moram. São pessoas muito preciosas para a comunicação, em especial para desfazer a desinformação. Essas são algumas soluções que temos encontrado para combater conteúdos falsos, soluções essas que são replicáveis.

"Checar os fatos basta? Não, porque a velocidade da checagem não é a mesma da desinformação. Nesse sentido, entendemos o letramento digital e midiático como uma ferramenta muito poderosa."

Relatório de Domínios

A dinâmica dos registros de domínios no Brasil e no mundo

O Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), departamento do Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br), monitora mensalmente o número de nomes de domínios de topo de código de país (ccTLD, do inglês, *country code Top-Level Domain*) registrados entre os países que compõem a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) e o G20⁴². Considerados os membros de ambos os blocos, as 20 nações com maior atividade somam mais 89,38 milhões de registros. Em agosto de 2021, os domínios registrados sob .de (Alemanha) chegaram a 17,03 milhões. Em seguida, aparecem China (.cn), Reino Unido (.uk) e Países Baixos (.nl), com, respectivamente, 9,89 milhões, 9,70 milhões e 6,20 milhões de registros. O Brasil teve 4,84 milhões de registros sob .br, ocupando a sexta posição na lista, como mostra a Tabela 1⁴³.

Tabela 1 – TOTAL DE REGISTROS DE NOMES DE DOMÍNIOS ENTRE OS PAÍSES DA OCDE E DO G20

Posição	País	Número de domínios	Data de referência	Fonte (site)
1	Alemanha (.de)	17.031.430	31/08/2021	https://www.denic.de
2	China (.cn)	9.895.904	31/08/2021	https://research.domaintools.com/statistics/tld-counts/
3	Reino Unido (.uk)	9.703.171	01/06/2021	https://www.nominet.uk/news/reports-statistics/uk-register-statistics-2021/
4	Países Baixos (.nl)	6.208.410	31/08/2021	https://api.sidn.nl/rest/counters/domains
5	Rússia (.ru)	4.966.591	31/08/2021	https://ccTLD.ru
6	Brasil (.br)	4.847.606	31/08/2021	https://registro.br/dominio/estatisticas/
7	França (.fr)	3.822.701	31/08/2021	https://www.afnic.fr/en/observatory-and-resources/statistics/
8	União Europeia (.eu)	3.660.944	31/08/2021	https://research.domaintools.com/statistics/tld-counts/
9	Itália (.it)	3.426.721	31/08/2021	http://nic.it
10	Austrália (.au)	3.372.054	31/08/2021	https://www.auda.org.au/
11	Colômbia (.co)	3.195.734	31/08/2021	https://research.domaintools.com/statistics/tld-counts/
12	Canadá (.ca)	3.169.057	31/08/2021	https://www.cira.ca
13	Índia (.in)	2.560.134	31/08/2021	https://research.domaintools.com/statistics/tld-counts/
14	Polônia (.pl)	2.504.556	31/08/2021	https://www.dns.pl/en/
15	Suíça (.ch)	2.434.386	15/08/2021	https://www.nic.ch/statistics-data/domains_ch_monthly.csv
16	Espanha (.es)	1.974.732	02/08/2021	https://www.dominios.es/dominios/en
17	Bélgica (.be)	1.731.955	31/08/2021	https://www.dnsbelgium.be/en
18	Estados Unidos da América (.us)	1.703.790	31/08/2021	https://research.domaintools.com/statistics/tld-counts/
19	Japão (.jp)	1.652.033	01/08/2021	https://jprs.co.jp/en/stat/
20	Suécia (.se)	1.520.143	31/08/2021	https://internetstiftelsen.se/en/domain-statistics/growth-se/?chart=active

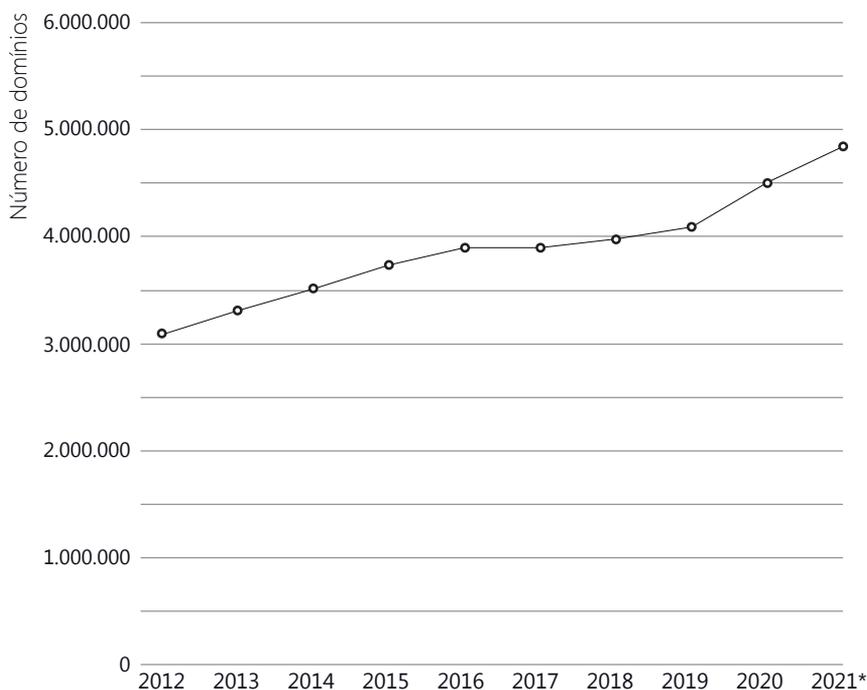
Data de coleta: 31 de agosto de 2021.

⁴² Grupo composto pelas 19 maiores economias mundiais e a União Europeia. Saiba mais: <https://g20.org/>

⁴³ A tabela apresenta a contagem de domínios ccTLDs segundo as fontes indicadas. Os valores correspondem ao registro publicado por cada país, tomando como base os membros da OCDE e do G20. Para países que não disponibilizam uma estatística oficial fornecida pela autoridade de registro de nomes de domínios, a contagem foi obtida em: <https://research.domaintools.com/statistics/tld-counts/>. É importante destacar que há variação na data de referência, embora seja sempre o mais atualizado para cada localidade. A análise comparativa de desempenho de nomes de domínios deve considerar ainda os diferentes modelos de gestão de registros ccTLDs. Assim, ao observar o *ranking*, é preciso atentar para a diversidade de modelos de negócio existentes.

O Gráfico 1 apresenta o desempenho do .br desde o ano de 2012.

Gráfico 1 – TOTAL DE REGISTROS DE DOMÍNIOS DO .BR – 2012 a 2021*



*Data de coleta: 31 de agosto de 2021.

Fonte: Registro.br

Recuperado de: <https://registro.br/dominio/estatisticas/>

Em agosto de 2021, os cinco principais domínios genéricos (gTLD, do inglês *generic Top-Level Domain*) totalizaram mais de 187,65 milhões de registros. Com 156,81 milhões de registros, destaca-se o .com, conforme apontado na Tabela 2.

Tabela 2 – TOTAL DE REGISTROS DE DOMÍNIOS DOS PRINCIPAIS gTLD

Posição	gTLD	Número de domínios
1	.com	156.811.267
2	.net	13.333.924
3	.org	10.471.327
4	.info	3.861.288
5	.xyz	3.181.565

Data de coleta: 31 de agosto de 2021.

Fonte: DomainTools.com

Recuperado de: research.domaintools.com/statistics/tld-counts

/Tire suas dúvidas

COMO A INFORMAÇÃO CIRCULA NA INTERNET?



No contexto da pandemia COVID-19, a Internet tem sido um meio especialmente importante para a comunicação, bem como para a busca e o compartilhamento de orientações, referências e notícias. Veja a seguir dados⁴⁴ sobre como a população usuária de Internet⁴⁵ no Brasil (81%) se comunicou e acessou informações na rede em 2020.

COMUNICAÇÃO E COMPARTILHAMENTO

Total de usuários de Internet (%)



ACESSO A INFORMAÇÕES

Total de usuários de Internet (%)



O Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br) e o Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br) possuem materiais informativos relacionados ao tema da desinformação. São eles:

CARTILHA DE SEGURANÇA PARA INTERNET: FASCÍCULO BOATOS (2020):
cartilha.cert.br/fasciculos/#boatos



INTERNET, DEMOCRACIA E ELEIÇÕES: GUIA PRÁTICO PARA GESTORES PÚBLICOS E USUÁRIOS (2018):
nic.br/publicacao/guia-internet-democracia-e-eleicoes



- **PORTAL INTERNET SEGURA:**
<https://internetsegura.br/>
- **PORTAL CIDADÃO NA REDE:**
<https://cidadonarede.nic.br/>

⁴⁴ Dados da pesquisa TIC Domicílios 2020 (Edição COVID-19 – Metodologia adaptada), do Cetic.br | NIC.br. Saiba mais: <https://cetic.br/pt/pesquisa/domicilios/>

⁴⁵ São considerados usuários de Internet os indivíduos que fizeram uso da rede nos três meses que antecederam a entrevista, segundo recomendação metodológica da União Internacional de Telecomunicações (UIT).

/Créditos

REDAÇÃO

ARTIGO I

Julie Posetti (International Center for Journalists – ICFJ) e Kalina Bontcheva (Universidade de Sheffield)

ARTIGO II

Debora Albu (Instituto de Tecnologia e Sociedade – ITS)

RELATÓRIO DE DOMÍNIOS

José Márcio Martins Júnior (Cetic.br | NIC.br)

INFOGRAFIA E DIAGRAMAÇÃO

Giuliano Galves, Klezer Uehara e Maricy Rabelo (Comunicação | NIC.br)

EDIÇÃO DE TEXTO EM PORTUGUÊS

Mariana Tavares

COORDENAÇÃO EDITORIAL

Alexandre Barbosa, Tatiana Jereissati e Javiera F. M. Macaya (Cetic.br | NIC.br)

AGRADECIMENTOS

Julie Posetti (ICFJ)
Kalina Bontcheva (Universidade de Sheffield)
Debora Albu (ITS)
Natália Mazotte (Insper)
Gilberto Scofield Jr. (Agência Lupa)
Guilherme Canela e Guy Berger (UNESCO Headquarters)
Marlova Noleto (Representação da UNESCO no Brasil)

*As ideias e opiniões expressas nos textos dessa publicação são as dos respectivos autores e não refletem necessariamente as do NIC.br e do CGI.br.



Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

cetic.br

Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação sob os auspícios da UNESCO

nic.br

Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR

cgi.br

Comitê Gestor da Internet no Brasil

CREATIVE COMMONS
Atribuição
Uso Não Comercial
Não a Obras Derivadas
(by-nc-nd)





POR UMA INTERNET CADA VEZ MELHOR NO BRASIL

CGI.BR, MODELO DE GOVERNANÇA MULTISSETORIAL

www.cgi.br

nic.br cgi.br