



HABLATAM

Hablatam

dinâmicas de consumo
e compartilhamento de
informações por jovens
brasileiros



FICHA TÉCNICA

AUTORES

Debora Albu
Diego Cerqueira
Marco Konopacki
Thayane Guimarães

REVISÃO

Celina Bottino
Fabro Steibel

EQUIPE IBOPE INTELIGÊNCIA

Rosi Rosendo
Tais Magalhães
Alexandre Carvalho
Regiane Sousa

DESIGN

Ana Luisa Figueiredo
Redson Fernando

EQUIPE HABLATAM

UMA PESQUISA REGIONAL
DO CONSÓRCIO
CONECTADOS AL SUR

PESQUISADOR RESPONSÁVEL

Lionel Brossi

PESQUISADOR CO-RESPONSÁVEL

Mauricio Olivera

CAPÍTULO CHILE

INSTITUTO DE LA
COMUNICACIÓN Y IMAGEN,
UNIVERSIDAD DE CHILE

Lionel Brossi
Andrea Valdivia
Ana María Castillo
Katherine Sotomayor
María Jesús Ibáñez
Yadira Palenzuela

CAPÍTULO URUGUAI

FACULTAD DE INFORMACIÓN Y
COMUNICACIÓN, UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA

Mauricio Olivera Nihil
María Julia Morales
Carlos Martin Motta

CAPÍTULO ARGENTINA

FARO DIGITAL

Ezequiel Passeron

WIKIMEDIA ARGENTINA

Florencia Gustavino

CAPÍTULO COLÔMBIA

ISUR, UNIVERSIDAD
DEL ROSARIO

Andrés Lombana

CAPÍTULO BRASIL

INSTITUTO DE TECNOLOGIA
E SOCIEDADE

Debora Albu
Diego Cerqueira
Fabro Steibel
Marco Konopacki
Thayane Guimarães

COMITÊ DE EXPERTS

YOUTH AND MEDIA, BERKMAN
KLEIN CENTER FOR INTERNET
AND SOCIETY, UNIVERSIDADE
DE HARVARD

Sandra Cortesi

YOUTH ENGAGEMENT, UNICEF

María José Ravalli

SUMÁRIO

RESUMO EXECUTIVO	4
INTRODUÇÃO	6
METODOLOGIA	9
ANÁLISE	13
ACESSO À INTERNET	13
HABILIDADES DIGITAIS	14
PLATAFORMAS MAIS UTILIZADAS	14
ATIVIDADES DESENVOLVIDAS	14
COMO ADQUIREM AS HABILIDADES DIGITAIS	16
BARREIRAS AO APRENDIZADO	17
DINÂMICAS DE INFORMAÇÃO	20
PRINCIPAIS FONTES DE INFORMAÇÃO	20
CONSUMO E COMPARTILHAMENTO DE INFORMAÇÕES	21
VERIFICAÇÃO DE INFORMAÇÕES	22
QUANDO E COMO VERIFICAM	22
PORQUE NÃO VERIFICAM	25
JOVENS COMO IMPORTANTES ATORES NO COMBATE À DESINFORMAÇÃO	26
CONCLUSÕES GERAIS	27
RECOMENDAÇÕES GERAIS	30
REFERÊNCIAS	31

Resumo Executivo

Tecnologias digitais permitem jovens participarem no consumo, disseminação e criação de conteúdo de formas inovadoras a partir da revolução das tecnologias de informação e comunicação. A fim de captar as dinâmicas do mal uso da informação dentro das plataformas digitais, é necessário ter uma postura proativa para verificar informações e desenvolver as habilidades correspondentes para isso. Neste contexto de desordem informacional, jovens e adolescentes têm um papel muito importante no combate à desinformação, mesmo não possuindo todas as habilidades necessárias para tanto ou não se sentindo empoderados para fazê-lo.

Partindo desse problema, **o Instituto de Tecnologia e Sociedade (ITS) junto ao consórcio de pesquisadores Conectados al Sur desenvolveram o projeto Hablatam¹, cujo objetivo é entender quais as relações da juventude com o ecossistema informacional e como os jovens podem ter um papel ativo na construção de um ambiente online mais seguro e saudável.**

O estudo foca em três perguntas de pesquisa: a) quais as perspectivas e as práticas cotidianas dos jovens com tecnologias digitais e que habilidades possuem, carecem e gostariam de adquirir; b) que conteúdo está faltando ou não é adequado para o desenvolvimento de suas habilidades digitais; e c) qual é a dinâmica usada para pesquisar, selecionar, verificar, consumir e compartilhar informações, bem como explorar como eles percebem e entendem a noção de qualidade da informação.

A metodologia da pesquisa parte de uma abordagem não adulto-centrada, que inclui os jovens em todas as suas etapas de forma ativa. A mesma foi dividida em três fases - oficinas de cocriação, grupos focais e pesquisa quantitativa a partir de um questionário estruturado.

Embora os jovens (convencionalmente chamados de nativos digitais) apresentem maior letramento digital e, portanto, mais instrumentos para compreender as dinâmicas de funcionamento do ambiente digital e do ecossistema informacional do que grupos demográficos de gerações mais velhas, eles também são fortemente afetados pelos desafios trazidos pela desinformação. Ainda assim, como já apontado por autores como Gasser e Cortesi (2015), a pesquisa Hablatam demonstra que jovens são propensos a se engajarem em processos colaborativos utilizando ferramentas digitais e também a terem uma postura ativa de enfrentamento à desinformação quando conscientes desta.

Um dos problemas mais persistentes para a concretização desse processo de engajamento entre jovens é o “hiato de participação”, resultante da desigualdade no acesso às tecnologias digitais e à lacuna na formação de habilidades necessárias para usá-las, o que retarda a sua apropriação e utilização, reforçando desigualdades existentes.

1. O projeto Hablatam foi idealizado pelo consórcio de pesquisadores “Conectados al Sur” (Conectados ao Sul), formado por pesquisadores de organizações como o Instituto de Tecnologia e Sociedade (Brasil), a Universidade do Chile, a ONG Faro Digital (Argentina) e o Berkman Klein Center, da Universidade de Harvard (EUA). A pesquisa será aplicada em cinco países da América Latina - Brasil, Argentina, Chile, Uruguai e Colômbia - e visa desenvolver uma perspectiva regional da relação dos jovens com as novas tecnologias.

Nesse sentido, o estudo indica as seguintes recomendações para formuladores de políticas:

Garantir o acesso universal à internet de banda larga nas escolas, em especial, na rede pública;

Garantir a qualidade e disponibilidade de acesso a fontes de informação qualificadas e adaptadas à linguagem dos jovens;

Promover a estruturação de espaços de aprendizagem e sociabilidade que levem em conta as necessidades dos jovens em relação à segurança online, linguagem adequada e diferenças sociais;

Inserir a educação para a mídia ² (media literacy) e a alfabetização digital nos currículos escolares, bem como a capacitação dos educadores para liderar a transferência deste conhecimento;

Inserir os jovens no processo de criação e validação destas políticas públicas, garantindo sua participação ativa nessas dinâmicas.

2. O termo é uma tradução tentativa do inglês “media literacy”, cuja definição é objeto de diversos debates conceituais e teóricos na literatura (Koltay et al, 2016). De forma geral, refere-se ao conjunto de habilidades, conhecimentos, comportamentos e atitudes para consumir, compartilhar, analisar e criticar informações e conteúdos de mídia (UNESCO, 2012).

Introdução

A sociedade da informação, alavancada pelas Tecnologias da Comunicação e Informação (TICs), caminha em uma direção onde o analógico e o digital compõem uma só realidade. A era da informação, proporcionada pelo acesso à internet, introduz novos hábitos diante das infinitas aplicações disponíveis na grande rede, reconfigurando quase tudo que conhecemos, da comunicação à medicina, e se tornando ubíqua em nossas vidas. Nos anos 90, em seus primórdios, a internet chega aos lares com poucos recursos de interação na sua versão chamada de Web 1.0 e, em poucos anos tornou-se mais dinâmica, chegando à Web 2.0, com o surgimento dos blogs e aplicativos de troca de mensagens. (Steibel, 2012). Por meio dessas transformações, pode-se dizer que não somos mais apenas consumidores de informação: os indivíduos munidos de conexão tornam-se capazes de produzi-la (Castells, 2003; van Dijk e van Deursen, 2014). Isso mudou a dinâmica do processo de produção e compartilhamento de informação, que não está mais centrada em veículos de mídia tradicionais como a imprensa.

As TICs aproximaram pessoas e intensificaram as interações humanas, mas os benefícios trazidos pela adoção dessas tecnologias não são universais (ITU, 2018; Mateus, Sola e Quiroz, 2019). Realizada anualmente desde 2005 pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), a pesquisa TIC Domicílios vem relatando como parte expressiva da população brasileira enfrenta barreiras de acesso, que privam esta parcela da população da oportunidade de compreender, interagir e explorar os recursos disponíveis na rede. Em sua última edição, de 2019, a pesquisa aponta que 50% dos domicílios de classes D e E têm acesso à internet, 10 pontos percentuais a mais em relação ao ano anterior, mas ainda muito distante da média nacional de 71%. Por outro lado, na classe A, no topo da pirâmide, 99% dos domicílios apresentam acesso regular à banda larga (CGI.br, 2020). Considerando a população brasileira com 10 anos ou mais, de acordo com a TIC Domicílios, a proporção de usuários de internet chega a 74% em 2019, sendo 95% na classe A e ficando em 57% nas classes DE.

Já tendo como referência os usuários de internet com o recorte de crianças e adolescentes brasileiros, a pesquisa TIC Kids Online Brasil indica que, em 2019, 89% daqueles entre 9 e 17 anos eram usuários de internet (CGI.br, 2020). Em algumas regiões como no Sul, a proporção de crianças e adolescentes conectados chega a 95%. A quase totalidade deles (95%) utiliza internet pelo celular, sendo que nas classes mais baixas, D e E, 73% das crianças e adolescentes nessa faixa etária usam exclusivamente o celular para se conectarem, o que já indica limitações às oportunidades trazidas pela internet para esse grupo.

A impossibilidade de exercer o direito ao acesso à informação de forma plena está também relacionada a uma segunda barreira: a falta de um conjunto de competências e habilidades necessárias para desfrutar dos benefícios e oportunidades proporcionadas por um mundo facilitado por novas tecnologias de comunicação e informação, denominadas habilidades digitais (Mossberger,

Tolbert e McNeal, 2008). Esta barreira afeta particularmente as crianças e jovens que estão justamente em um momento de construção da base de conhecimento e habilidades para o futuro (Hasse et al, 2019).

As noções de letramento digital e educação para a mídia são particularmente relevantes aqui, pois explicam essa segunda barreira de acesso. Com relação ao letramento digital, partimos da definição da UNESCO:

“A alfabetização digital é a capacidade de acessar, gerenciar, entender, integrar, comunicar, avaliar e criar informações de forma segura e adequada por meio de tecnologias digitais para trabalho, empregos decentes e empreendedorismo. Inclui competências conhecidas como alfabetização em computação, alfabetização em TICs, literacia da informação e literacia midiática.” (UNESCO, 2018)

Quanto à educação para a mídia³, mesmo que haja divergências quanto à sua conceituação, há uma convergência no entendimento sobre se tratar da “formação de um usuário ativo, crítico e criativo de todas as tecnologias de comunicação e informação e de todas as mídias” (Fantin, 2011; Bulger e Davison, 2018; Huguet et al, 2019).

Considerando esses desafios e conceitos, as tecnologias digitais permitem aos jovens participarem no consumo, disseminação e criação de conteúdo de formas revolucionárias a partir desse contexto (Livingstone et al, 2017; Cobo et al, 2018; Trucco & Palma, 2020). A fim de captar as dinâmicas do mal uso da informação dentro das plataformas digitais, é necessário desenvolver uma postura proativa para verificar informações e, ao mesmo tempo, desenvolver as habilidades correspondentes para isso. Neste contexto de desordem informacional (Wardle & Derakhshan, 2017), jovens e adolescentes têm um papel muito importante no combate à desinformação, mesmo não possuindo todas as habilidades necessárias para tanto ou não se sentindo empoderados para fazê-lo (Gasser & Cortesi, 2012).

Partindo desse problema, **o Instituto de Tecnologia e Sociedade (ITS) junto ao consórcio de pesquisadores Conectados al Sur desenvolveram o projeto Hablatam⁴, cujo objetivo é entender quais as relações da juventude com o ecossistema informacional e como os jovens podem ter um papel ativo na construção de um ambiente online mais seguro e saudável.** A pesquisa foca em três perguntas de pesquisa: a) quais as perspectivas e as práticas cotidianas dos jovens com tecnologias digitais e que habilidades possuem, carecem e gostariam de adquirir; b) que conteúdo está faltando ou não é adequado para o desenvolvimento de suas habilidades digitais; e c) qual é a dinâmica usada para

3. Há na literatura muitas divergências sobre o melhor termo para tratar do conceito - educação para a mídia, educação midiática, literacia midiática - como colocado em nota anteriormente. É relevante colocar também a disparidade de traduções do termo em inglês “media literacy”.

4. O projeto Hablatam foi idealizado pelo consórcio de pesquisadores “Conectados al Sur” (Conectados ao Sul), formado por pesquisadores de organizações como o Instituto de Tecnologia e Sociedade (Brasil), a Universidade do Chile, a ONG Faro Digital (Argentina) e o Berkman Klein Center, da Universidade de Harvard (EUA). A pesquisa será aplicada em cinco países da América Latina - Brasil, Argentina, Chile, Uruguai e Colômbia - e visa desenvolver uma perspectiva regional da relação dos jovens com as novas tecnologias.

pesquisar, selecionar, verificar, consumir e compartilhar informações, bem como explorar como eles percebem e entendem a noção de qualidade da informação.

O desafio metodológico foi o de constituir uma visão sobre o uso das ferramentas que fosse autêntica, partindo do público analisado (Global Kids Online, 2016; Cobo et al, 2018). Em nossa avaliação, técnicas como a de entrevistas semi-estruturadas levariam a uma hierarquização entre o conhecimento adquirido dos jovens entrevistados em contraposição ao dos entrevistadores. Por isso, a metodologia da pesquisa foi dividida em três fases para abarcar esse desafio: oficinas de cocriação, grupos focais e pesquisa quantitativa a partir de questionário estruturado.

Embora os jovens (convencionalmente chamados de nativos digitais) possuam maior letramento digital e, portanto, mais instrumentos para compreender as dinâmicas de funcionamento do ambiente digital do que grupos demográficos de gerações mais velhas (Costa & Senne, 2018), eles também são fortemente afetados pelos desafios trazidos pela desinformação. Ainda assim, como já apontado por autores como Gasser e Cortesi (2015), a pesquisa Hablatam demonstra que jovens são mais propensos a se engajarem em processos colaborativos utilizando ferramentas digitais e também a terem uma postura ativa de enfrentamento à desinformação quando conscientes desta.

Um dos problemas mais persistentes para a concretização desse processo de engajamento entre jovens é o “hiato de participação”, resultante da desigualdade no acesso às tecnologias digitais e da lacuna na formação de habilidades necessárias para usá-las (Urbina, 2015), o que retarda a sua apropriação e utilização pelos jovens. Nesse contexto, quando expostos aos danos trazidos pela desinformação, muitas vezes eles não têm o conhecimento necessário em educação para a mídia para contestar informações erradas (Fantin, 2011) ou não se percebem empoderados para fazê-lo. Torna-se, portanto, fundamental incluir os jovens no processo de desenho e implementação de políticas públicas sobre os desafios aqui explorados (Gasser, 2015).

Este relatório apresenta a pesquisa Hablatam em seu capítulo brasileiro e está dividido em cinco seções: introdução, aspectos metodológicos, análise, conclusões e recomendações. Na próxima seção, descrevemos as etapas metodológicas da pesquisa, ressaltando o caráter não adulto-centrado das ferramentas utilizadas. Na terceira parte, analisamos os principais pontos obtidos por meio da coleta de dados subdivididos em áreas temáticas. Nas conclusões, trazemos os pontos mais relevantes do projeto, bem como pontuações para realização de novas pesquisas. Por fim, elencamos algumas recomendações aos tomadores de decisões sobre políticas públicas voltadas à alfabetização digital e à educação para a mídia.

Metodologia

O principal objetivo desta pesquisa foi descrever a relação dos jovens com as ferramentas digitais, destacando suas habilidades e limitações ao lidarem com a informação. Utilizamos principalmente fontes primárias de análise em correlação com dados da pesquisa TIC Kids Online Brasil do Cetic.br, que pesquisou um mesmo público semelhante ao que trabalhamos neste estudo (CGI.br, 2019). O público alvo foram jovens, entre 12 e 18 anos, que utilizavam alguma rede social, incluindo WhatsApp, para se relacionar com informações.

O desafio metodológico era o de constituir uma visão sobre o uso dessas ferramentas que fosse autêntico, partindo do público analisado. Em nossa avaliação, técnicas como a de entrevistas semi-estruturadas levariam a uma hierarquização entre o conhecimento adquiridos do jovens entrevistados e o dos entrevistadores (Fundação Telefônica Vivo, 2019). Por isso, a metodologia da pesquisa foi dividida em três fases: oficinas de cocriação, grupos focais e pesquisa quantitativa a partir de questionário estruturado.

A decisão metodológica tomada foi a de privilegiar técnicas de coleta que não fossem “adulto-centradas” (Waugh et al., 2014, Livingstone, 2016). Durante as oficinas de cocriação, foram utilizadas técnicas que se baseiam em abordagens construtivistas, nas quais os pesquisadores colocam-se no papel de facilitadores de um processo que é, fundamentalmente, conduzido pelo público analisado. As sessões para coleta de dados foram guiadas por interações lúdicas entre os participantes dentro de um roteiro de atividades proposto pelos facilitadores. O objetivo dessa fase era o de se constituírem acordos entre os participantes com relação a linguagens e narrativas comuns sobre o uso de ferramentas digitais, e a relação dos jovens com a informação. Estas oficinas apoiaram a criação de um “dicionário” de termos utilizados pelo público em análise, bem como o entendimento de como esses jovens classificam atividades e dificuldades de aprendizados de novas habilidades.

Os grupos focais tiveram como objetivo aprofundar e validar esse dicionário bem como essa categorização realizada pelos jovens. A possibilidade de interação entre seus pares - com observação e pouca intervenção dos facilitadores - possibilitou uma troca honesta entre os jovens, sem a busca de “respostas certas” ou de preencher expectativas dos facilitadores.

Por fim, a realização do survey buscou validar as etapas anteriores, uma vez que o questionário foi formulado a partir da análise inicial das etapas de oficinas e grupos focais, não se fixando em pesquisas já existentes, mas partindo da genuína contribuição dos jovens participantes das etapas qualitativas.



OFICINAS DE CO-CRIAÇÃO

Foram realizadas três oficinas de cocriação entre fevereiro e agosto de 2019, em diferentes escolas. A primeira escola, a Fundação Darcy Vargas, é uma escola particular que atende uma comunidade de baixa renda no centro do município do Rio

de Janeiro. Todos os alunos têm bolsas para assistir às aulas e são de famílias de baixa renda. A oficina que realizamos nesta escola contou com 30 alunos, em idades entre 12 e 16 anos, e foi equilibrada em termos de gênero. A segunda escola, o Colégio Técnico da UFRRJ (CTUR), é uma escola pública federal no município de Seropédica, na região metropolitana do Rio de Janeiro. Os alunos são de famílias de classe média/baixa. A oficina que realizamos nesta escola contou com a participação de 10 alunos, sendo 4 meninos e 6 meninas, entre 15 e 18 anos. Finalmente, o pH Piratininga é uma escola particular de classe alta no município de Niterói, também na região metropolitana do Rio de Janeiro. Participaram da oficina 14 jovens, 10 meninos e 4 meninas, entre 12 e 17 anos.



GRUPOS FOCAIS

Após a realização das oficinas de cocriação em cada escola, passamos à segunda fase com a aplicação de grupos focais, que contaram com a participação de alunos diferentes dos participantes da primeira fase. A sistematização dos dados coletados nas oficinas de cocriação serviram para desenhar as perguntas e abordagens utilizadas nos grupos focais. Da mesma forma, nessa fase os facilitadores dos grupos focais buscaram dar liberdade para interação e expressão dos participantes, realizando uma mediação apenas para garantir a igualdade de expressão entre eles, e fazendo provocações com base em questões surgidas nas oficinas de cocriação.

Essa etapa foi desenvolvida para gerar diálogo em torno de quatro questões: a) como os jovens entendem a noção de “habilidades digitais”; b) quais os tipos de habilidades digitais que os jovens possuem, bem como os que não possuem e/ou gostariam para desenvolver, c) quais as lacunas de conteúdo que os jovens geralmente apontam em relação ao desenvolvimento adequado das habilidades digitais, e d) como os jovens pensam a desinformação e quais são suas práticas e percepções em relação a ela. Foram realizados dois grupos focais, um na escola Fundação Darcy Vargas, e outro na escola pH Piratininga. Na primeira escola, o grupo focal contou com 8 alunos entre 12 a 16 anos. Na segunda, o grupo focal foi composto por três meninas entre 14 e 16 anos.



PESQUISA QUANTITATIVA

Finalmente, os resultados obtidos com os grupos focais serviram de base para o desenho de um questionário para uma pesquisa quantitativa. A etapa quantitativa do projeto Hablatam foi realizada em outubro de 2019 e contou com a participação de jovens brasileiros de 12 a 18 anos, residentes nas 8 principais regiões metropolitanas do país – que são Fortaleza, Recife, Salvador, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, São Paulo, Curitiba e Porto Alegre –, mais o Distrito Federal. A amostra é representativa da população de jovens nesta faixa etária e residente nessas regiões metropolitanas e no DF, estratificada com alocação proporcional à população de cada uma dessas regiões. Para o levantamento dos dados foram realizadas entrevistas domiciliares com aplicação de questionário em tablets, previamente elaborado pela equipe ITS em parceria com a equipe

do IBOPE Inteligência e baseado em insumos e análises preliminares das etapas qualitativas do projeto: oficinas de co-criação e grupos focais. Para a realização de entrevistas com jovens entre 12 e 14 anos de idade, foi solicitada a autorização por escrito dos seus pais ou responsáveis, conforme preconizado pelos padrões éticos em pesquisa.

Seguindo o princípio de construir uma metodologia de pesquisa não adulto-centrada e desenhada a partir das contribuições dos jovens e dos aprendizados das etapas anteriores, o foco temático desta etapa quantitativa abarcou dois dos principais eixos da pesquisa Hablatam, Habilidades Digitais e Qualidade da Informação, excluindo-se o eixo de Lacunas de Conteúdo por limitação metodológica. Portanto, no questionário aplicado às crianças e adolescentes, além de variáveis contextuais e sociodemográficas, foram coletados indicadores por meio dos seguintes módulos temáticos:

MÓDULO A: HABILIDADES DIGITAIS

A.1: Atividades

A.2: Aprendizado e barreiras

MÓDULO B: QUALIDADE DA INFORMAÇÃO

B.1: Fontes de informação

B.2: Consumo de informações

B.3: Compartilhamento de informações

B.4: Verificação de informações

Além disso, foram realizadas entrevistas de pré-teste com o objetivo de identificar, na prática do trabalho de campo, possíveis problemas na aplicação do questionário e na abordagem aos domicílios. Foi avaliada também a fluidez das perguntas e o tempo necessário para a sua aplicação. No total, foram realizadas no pré-teste dezenove (19) entrevistas em domicílios localizados nas cidades de Recife, São Paulo e Porto Alegre, contemplando as diferentes faixas etárias, ambos os sexos e diferentes perfis socioeconômicos.

O perfil da amostra realizada foi de 51% de pessoas do sexo feminino e 49% do sexo masculino, sendo 39% do total da amostra de adolescentes entre 12 a 14 anos e 61% composto de adolescentes entre 15 e 18 anos de idade. Com relação à escolaridade, 49% estudaram até o Ensino Fundamental II, e 51% completaram o Ensino Fundamental II ou além. Em termos socioeconômicos, 35% pertenciam às classes A/B, 46% à classe C e 19% eram de classes D/E, distribuição semelhante à população representada no estudo⁵. Com relação à ocupação, os adolescentes, na sua ampla maioria (75%), só estudavam. Dentre os demais, 25% estudavam e trabalhavam, ou só trabalhavam, e 5% nem estudavam, nem trabalhavam. Por fim, quando perguntados sobre os dispositivos que os jovens utilizavam para acessar a internet, 29% responderam que o faziam somente pelo celular, e 71% que utilizavam mais de um dispositivo para se conectar à internet.

5. Cf. < http://www.abep.org/criterioBr/01_cceb_2019.pdf>, acessado em agosto de 2020.

Também, para que os resultados contemplassem todos os eixos da pesquisa, foram entrevistados apenas adolescentes que haviam utilizado o aplicativo de mensagens WhatsApp nos 3 meses anteriores à realização da entrevista, por meio de dispositivo próprio ou de terceiros. Por último, para a construção da análise dos resultados, além das variáveis sociodemográficas, foram utilizadas duas variáveis referentes ao acesso à internet pelos adolescentes. Foram elas:

1. DISPOSITIVOS UTILIZADOS:

a. Só usa internet no celular

b. Usa internet em mais de um dispositivo

2. QUALIDADE DA CONEXÃO À INTERNET (SEGUNDO A DECLARAÇÃO DOS ADOLESCENTES):

a. Má qualidade de acesso

b. Boa qualidade de acesso

O intervalo de confiança é de 95% e a margem de erro máxima estimada é de 4 pontos percentuais para mais ou para menos sobre os resultados totais. Para uma leitura ampla sobre o fenômeno, a estrutura desse survey foi pensada de modo a permitir a comparação com os resultados na pesquisa TIC Kids Online Brasil produzida pelo CETIC.br (CGI.br, 2019).

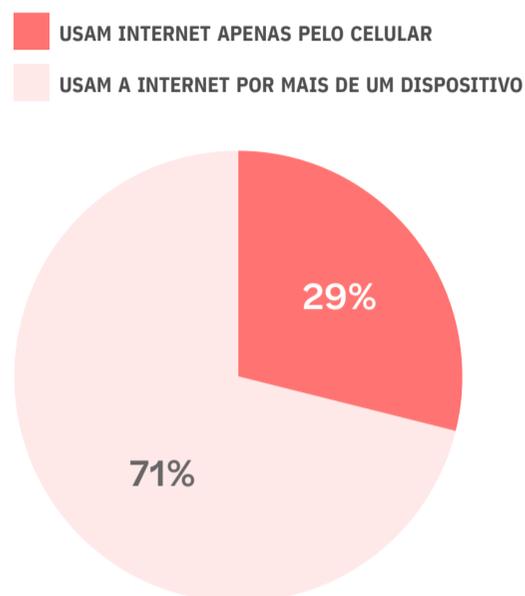
Análise

[...] 100% dos adolescentes nessa faixa etária utilizam o celular, visto que o filtro de pesquisa foi ter utilizado o mensageiro WhatsApp nos três meses anteriores à realização da pesquisa. Contudo, 29% dos jovens responderam utilizar a internet exclusivamente pelo celular.

ACESSO À INTERNET

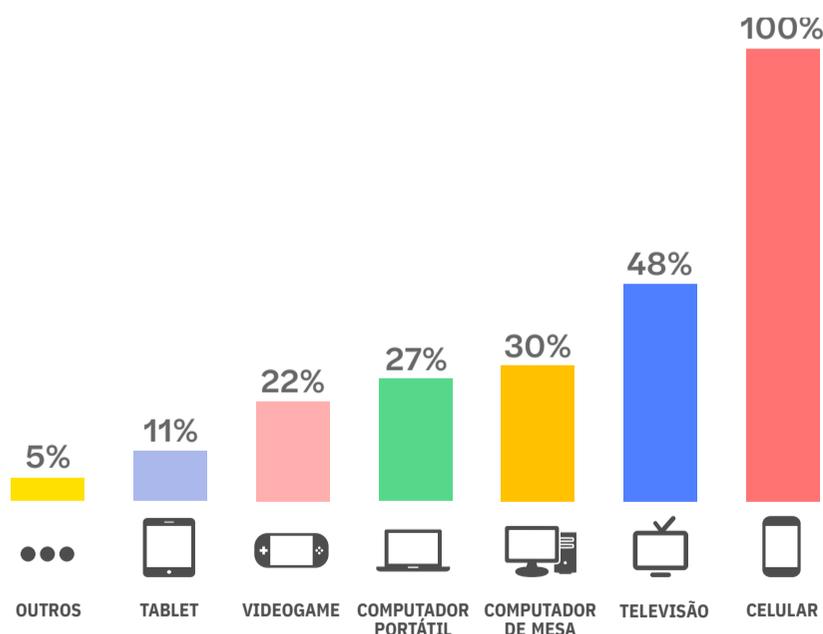
Sobre o dispositivo utilizado para acessar a internet, 100% dos adolescentes nessa faixa etária utilizam o celular, visto que o filtro de pesquisa foi ter utilizado o mensageiro WhatsApp nos três meses anteriores à realização da pesquisa. Contudo, 29% dos jovens responderam utilizar a internet exclusivamente pelo celular. Embora essa proporção seja inferior à observada na TIC

Kids Online Brasil, que é uma pesquisa nacional, que inclui áreas urbanas e rurais, esses dados reforçam a disseminação recente da tecnologia móvel no cotidiano da população brasileira e a predominância do uso dos celulares para o acesso à internet sobretudo em classes mais baixas, como apresenta a pesquisa realizada pelo CETIC.BR.



Base: Amostra (602)
Dispositivos utilizados de forma exclusiva ou simultânea para acessar a internet

“Estima-se que cerca de 22,7 milhões de usuários de Internet com 9 a 17 anos utilizavam a rede pelo celular em 2018. Cerca de metade do público investigado (53%) acessou a rede exclusivamente pelo telefone celular, sendo que os maiores percentuais foram observados entre as crianças e adolescentes usuários de Internet das classes DE (71%), com rendimento familiar de até um salário mínimo (66%) e residentes da região Nordeste (65%).” (TIC Kids Online Brasil, NIC.BR / CETIC.BR)



Base: Amostra (602)
Dispositivos usados para acessar a internet

Em relação aos demais dispositivos, a televisão se mostrou como o segundo dispositivo mais utilizado pelos adolescentes para acessar a internet, tendo sido mencionada por 48% deles. Além disso, 30% afirmaram acessar a rede pelo computador de mesa e 27% pelo computador portátil.

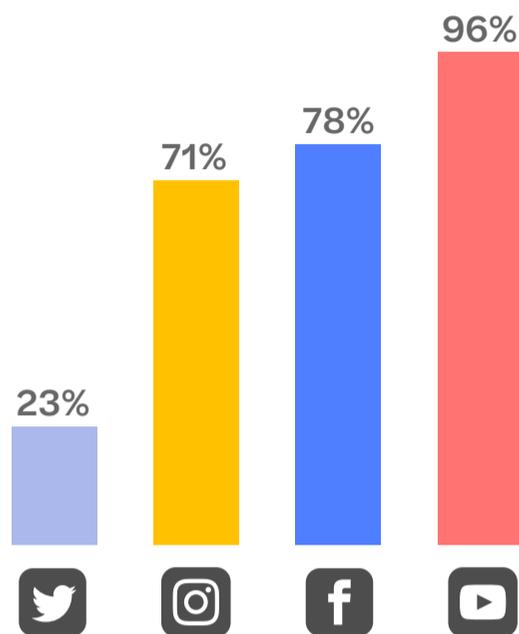
HABILIDADES DIGITAIS

1.1. PLATAFORMAS MAIS UTILIZADAS

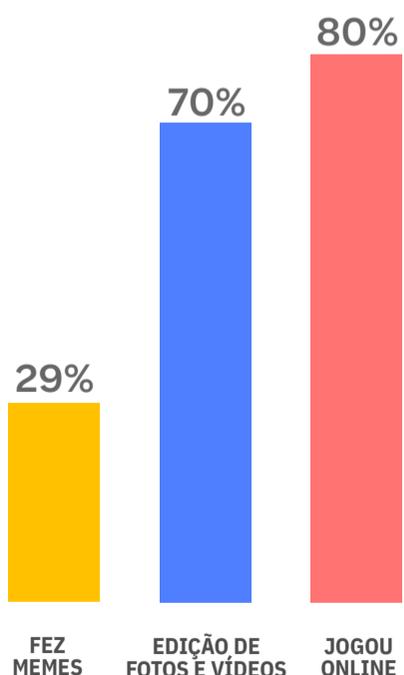
O YouTube é a rede social mais popular entre a juventude: 96% dos adolescentes mencionaram que assistem vídeos na plataforma gratuita de streaming. Durante as etapas qualitativas, os jovens afirmaram usar a rede para consumo de conteúdo e não tanto para criação própria de vídeos ou canais.

[...] 96% de todos os entrevistados responderam que assistem vídeos na plataforma gratuita de streaming.

Em segundo lugar, ficou o Facebook, com uma penetração de 78% entre os adolescentes. Aqui, ressalta-se que o uso da plataforma é particularmente maior entre aqueles de 15 a 18 anos (87%), enquanto que entre os de 12 a 14 anos, 64% responderam acessá-lo. O Instagram foi mencionado por 71% e o Twitter por apenas 23% dos jovens. Conforme observado durante as etapas qualitativas, a motivação principal para o uso dessas plataformas é o lazer: **“Eu acho que a gente entra mais para poder relaxar um pouco e distrair a mente.”** (Adolescente A, grupo focal pH Piratininga).



Base: Amostra (602)
Plataformas mais utilizadas



Base: Amostra (602)
Atividades mais realizadas na Internet

1.2. ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

Dentre as principais atividades desenvolvidas pelos jovens na internet, **além de baixar aplicativos (89%) e baixar músicas ou filmes (81%) estão jogar online (80%), editar de fotos e vídeos (70%) e explorar novas linguagens, como criar figurinhas ou memes (29%).** Nas etapas qualitativas, mostrou-se similar a forma com que os jovens categorizam essas habilidades, tendo se repetido nas diferentes escolas e grupos nas oficinas.

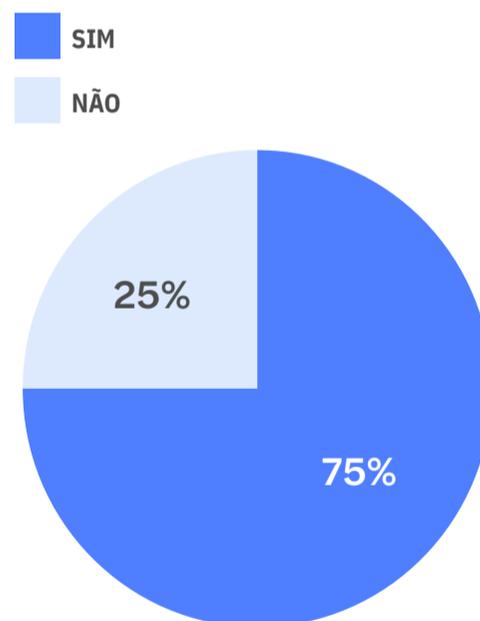
Tanto nas etapas qualitativas (grupos focais e oficinas) quanto na pesquisa quantitativa foi evidente a disparidade de gênero quanto à atividade de jogos, sendo os meninos aqueles que relatam primariamente realizar essa atividade (87%, contra 72% entre as meninas).

Quanto à exploração de novas linguagens, muitos colocaram o desejo de ganhar essa habilidade, apesar de fazerem uso frequente de memes e figurinhas, indicando uma disparidade entre o que sabem realizar e sua percepção quanto às suas habilidades.

Ressalta-se também a forma como os jovens categorizam essas atividades e habilidades. Nas três oficinas realizadas, utilizamos a metodologia de criação de universos, onde cada “mundo” nesse universo representaria uma categoria. Os jovens montaram universos muito similares, contendo as seguintes categorias: redes sociais, lazer / entretenimento, habilidades digitais, habilidades fundamentais (entendidas por eles como ler, escrever e pesquisar), habilidades escolares (entre as quais as habilidades mais abordadas foram relacionadas às disciplinas escolares como matemática e idiomas estrangeiros), socialização (tratando de atividades como “fofoca”, “stalkear”⁶ e “fazer treta”⁷), cibersegurança (incluindo noções sobre proteção antivírus, privacidade e proteção de dados pessoais), desinformação e serviços (como aplicativos de transporte ou delivery de comida).

Também nos interessa pensar sobre as habilidades que os jovens não possuem, mas gostariam desenvolver: mais da metade deles (52%) gostariam de aprender a criar um jogo, aplicativo ou programa de computador - ao que os adolescentes que participaram das etapas qualitativas se referem como a habilidade de “ser hacker” - enquanto que 62% deles gostariam de aprender a ganhar dinheiro na internet. Embora não tenham sido observadas diferenças significativas nesse indicador na pesquisa quantitativa, a disparidade de gênero aparece nesse ponto, sendo uma atividade citada somente por meninos nas oficinas e grupos focais. Melhorar seu domínio do idioma inglês foi uma habilidade reiterada em todas as oficinas e grupos focais, indicando a relevância para os jovens desse idioma para as atividades que realizam.

Habilidades que perpassam o tema de proteção online e privacidade também se mostraram um ponto de interesse e preocupação na juventude, visto que 75% deles gostariam de aprender a entrar em sites e baixar coisas “sem pegar vírus” e que 63% demonstraram interesse em aprender a escolher o que as pessoas podem ver nos seus perfis das mídias digitais.



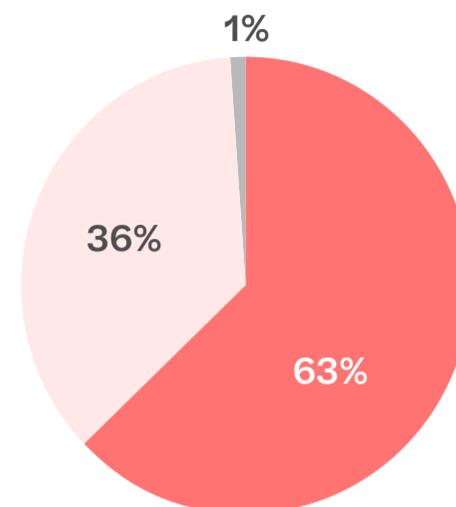
Base: Amostra (602)
Gostariam de aprender a entrar em sites e baixar coisas “sem pegar vírus”

6. Na linguagem dos jovens, “stalkear” vem do verbo em inglês “to stalk” que significa perseguir. É utilizado por eles com sentido mais ameno, significando seguir alguém de forma mais direta para saber sobre a vida de determinada pessoa - seja ela um colega de classe, pessoa de quem gostam romanticamente ou uma celebridade.

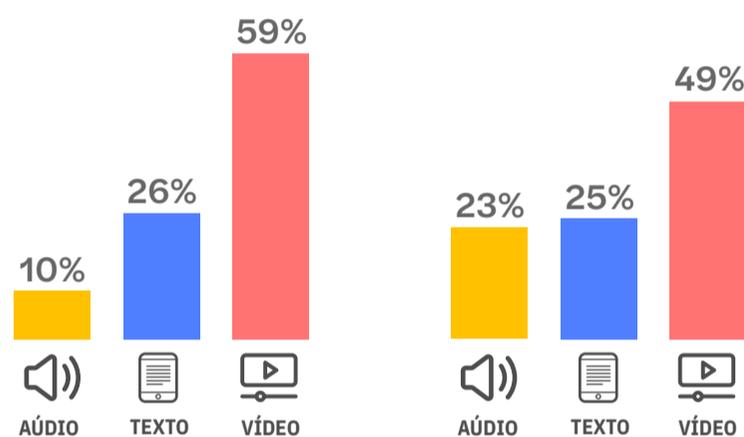
7. “Fazer treta” ou “tretar” significa começar uma discussão ou briga.

Em termos dos formatos preferidos pelos jovens para consumir conteúdo, o formato em vídeo foi o mais mencionado (59%), enquanto texto (26%) e áudio (15%) foram menos citados. Vale destacar que entre os adolescentes que declararam não possuir boa conexão à internet, a preferência pelo vídeo é menor (49%), aumentando o percentual daqueles que preferem o formato em áudio (23%), provavelmente por não consumir tantos dados quanto o vídeo. Além do fator de acesso, nas etapas qualitativas os jovens relataram a preferência pelo vídeo para entender conteúdos mais complexos, como matérias escolares.

■ SIM ■ NÃO
■ NÃO SABE/NÃO RESPONDEU



Base: Amostra (602)
Gostariam de aprender a escolher o que as pessoas poderão ver no perfil

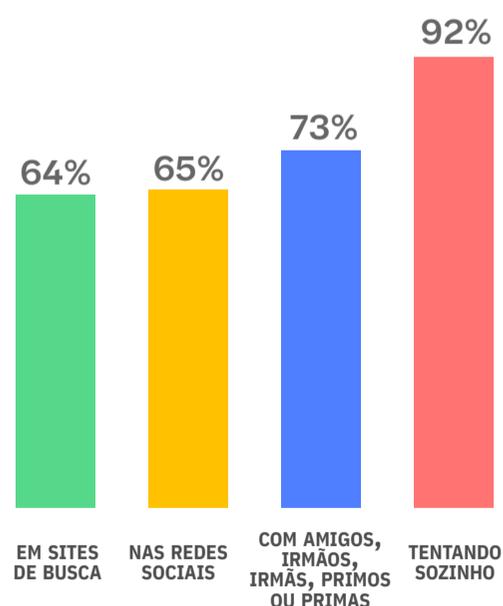


Base: Amostra (602)
Formatos preferidos entre aqueles que declararam possuir boa conexão à internet

Base: Amostra (602)
Formatos preferidos entre aqueles que declararam não possuir boa conexão à internet

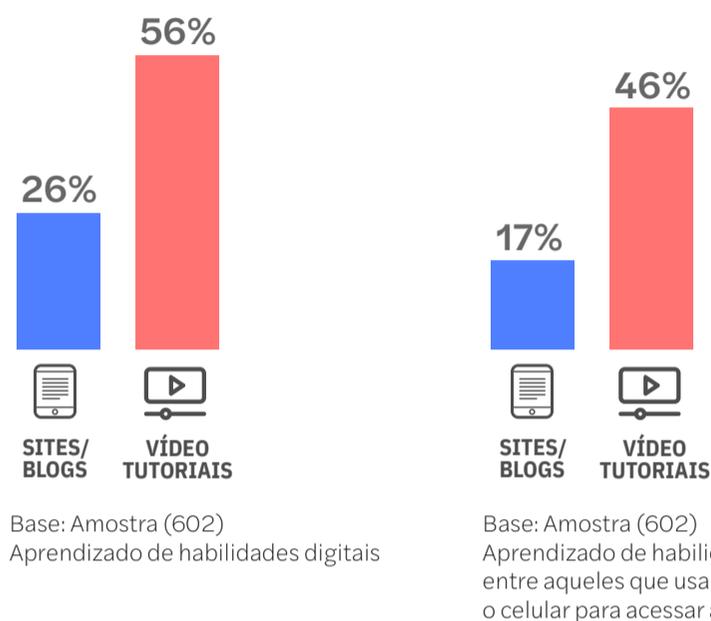
1.3. COMO ADQUIREM AS HABILIDADES DIGITAIS

Sobre como adquirem as habilidades digitais, embora 92% dos adolescentes tenham respondido que aprendem sozinhos a realizar atividades online, os resultados também reforçam **a importância da mediação familiar e da troca de conhecimentos entre grupos de amigos, visto que 73% deles afirmaram terem aprendido as habilidades com amigos, irmãos, irmãs, primos ou primas**. Além disso, pouco mais da metade (56%) dos adolescentes aprendem habilidades por meio de vídeos tutoriais disponíveis na internet e apenas 26% utilizam sites ou blogs específicos. Esses percentuais se



Base: Amostra (602)
Aprendizado de habilidades digitais

reduzem (46% e 17%, respectivamente) quando analisados os resultados entre os adolescentes que possuem acesso à internet apenas pelo celular, tornando essa limitação de dispositivos uma importante barreira no acesso à informação. Um dos adolescentes participante dos grupos de discussão afirmou que quase perdeu todos os dados e configurações em seu dispositivo buscando aprender: *“Eu quase perdi meu celular, tentando descobrir um monte de coisa.”*, o que reitera a importância desta mediação seja ela familiar ou de professores.

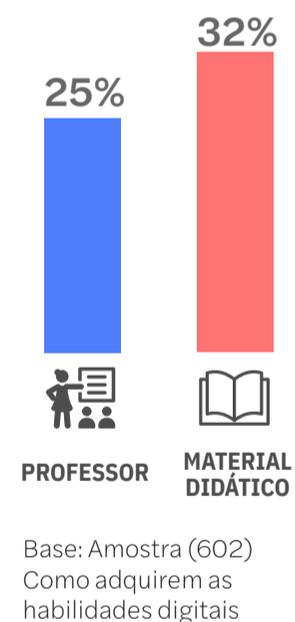


No que tange à educação formal, **32% dos adolescentes afirmaram desenvolver habilidades digitais através de livros ou materiais didáticos, enquanto apenas um em cada quatro (25%) falou sobre o aprendizado sendo mediado por professores da escola.**

[...] a importância do ambiente escolar para os adolescentes das mais baixas rendas, que possuem limitações quanto a outros recursos de aprendizagem.

do sendo mediado por professores da escola. No entanto, observamos também que a porcentagem é maior (37% e 33%, respectivamente) quando considerados os jovens das classes D/E, demonstrando a importância do ambiente escolar para os adolescentes de mais baixa renda, que possuem limitações

quanto a outros recursos de aprendizagem. **A mediação do aprendizado mostrou-se muito relevante a partir dos resultados da pesquisa e indica que, mesmo que os jovens aprendam de forma autodidata, eles se sentem mais seguros e empoderados aprendendo com mediação, seja de amigos, familiares ou professores.**



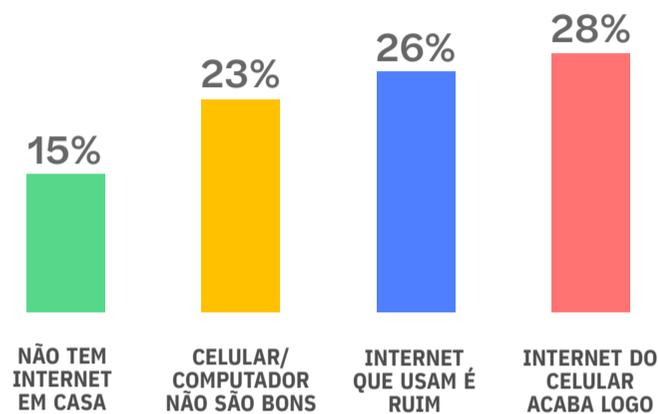
1.4. BARREIRAS AO APRENDIZADO

1.4.1 BARREIRAS DE ACESSO

No que se refere às barreiras de acesso, 28% dos adolescentes afirmaram que o fato de possuírem pacotes de dados com limites muito baixo no celular é uma das barreiras centrais para o aprendizado digital deles (chega a 35%

[...] 28% dos adolescentes afirmaram que o fato de possuírem pacotes de dados com limites muito baixo no celular é uma das barreiras centrais para o aprendizado digital deles.

entre adolescentes das classes D/E). Da mesma forma, 28% dos adolescentes dessas classes não possuem internet em casa e são dependentes, portanto, de dados móveis e WiFi de terceiros. Como enfatiza um dos jovens, durante a etapa de discussão em grupo ao ser perguntado sobre as barreiras de acesso à internet: *“Às vezes, tu paga [sic] internet e a internet não funciona direito.”*



Base: Amostra (602)
Barreira de aprendizado na internet

1.4.2. Má qualidade da informação como barreira ao aprendizado

[...] o que se revelou como a principal barreira ao aprendizado dos jovens é a qualidade das informações às quais eles têm acesso: 57% dos adolescentes declararam que não acham informações que parecessem verdadeiras sobre o tema que eles gostariam de aprender;

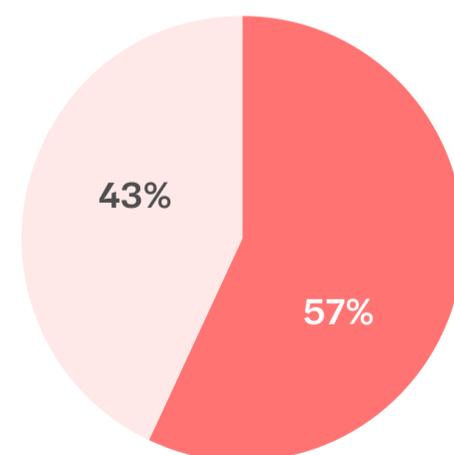
No entanto, o que se revelou como a principal barreira ao aprendizado dos jovens é a qualidade das informações às quais eles têm acesso: 57% dos adolescentes declararam que não acham informações que parecessem verdadeiras sobre o tema que eles gostariam de aprender; 47% disseram que não acham nenhuma informação sobre o que procuravam; 46% alegaram que não possuíam conhecimento técnico para com-

preender os conteúdos e 43% mencionaram que não acham informações em português sobre o que procuravam.

Qualidade da informação, pode ser definida como o grau de utilidade esperado ou adquirido da informação, verificável através da forma e dos elementos constitutivos da mesma e pelo resultado do seu uso (Gasser et al, 2012). A palavra “qualidade” é um conceito subjetivo que está relacionado com as percepções, necessidades e resultados para cada indivíduo. Uma jovem, durante a etapa de grupos focais, explica a noção de credibilidade dentro de qualidade da informação:

CITARAM COMO DIFICULDADE O FATO DE NÃO ACHAREM QUE A INFORMAÇÃO PARECIA VERDADEIRA

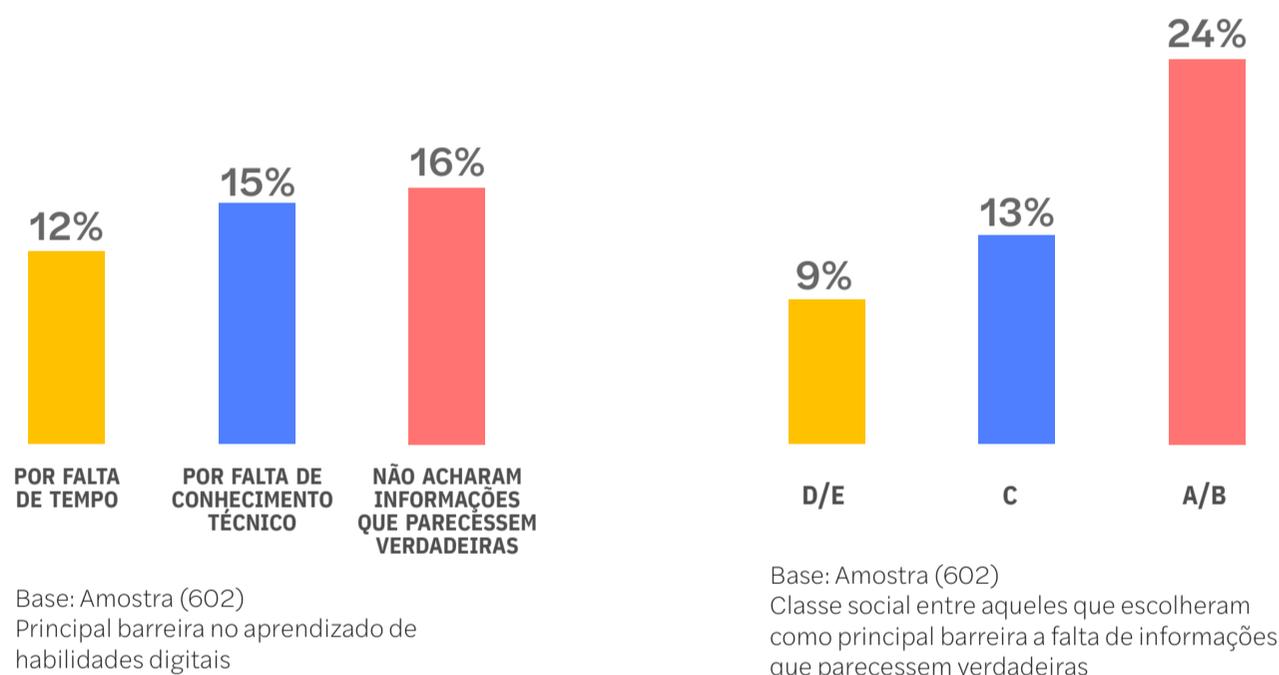
NÃO CITARAM COMO DIFICULDADE O FATO DE NÃO ACHAREM QUE A INFORMAÇÃO PARECIA VERDADEIRA



Base: Amostra (602)
Qualidade da informação como barreira ao aprendizado

“Isso é até um pouquinho ruim, mas quando a pessoa tem uma popularidade, quando ela tem uma credibilidade com as pessoas que a gente conhece, com os nossos amigos, a gente acha uma fonte legal. Não necessariamente é uma fonte tipo o Jornal Nacional. Como a gente falou, o Hugo Gloss⁸: é algo muito mais informal do que o Jornal Nacional, mas ele tem uma certa popularidade, porque ele se baseia em algo que realmente está acontecendo, ele entrevista realmente os atores do filme... Enfim, essas coisas. Então, depende da popularidade da pessoa e do site.” (Adolescente A)

Quando questionados sobre qual é, no entendimento deles, a barreira mais importante ao aprendizado, 16% declararam que é a falta de informações que parecessem verdadeiras. Esse resultado é mais alto entre os adolescentes das classes A/B (24%) e entre aqueles que declararam possuir uma boa conexão à internet (21%), ao passo que entre os de classe D/E apenas 9% mencionaram essa como a principal barreira ao aprendizado de novas habilidades na Internet.



A partir disso, podemos inferir que os jovens querem consumir informações confiáveis no ambiente online e consideram a grande disponibilidade de conteúdos pouco críveis como uma barreira ao seu aprendizado. Também é

A partir disso, podemos inferir que os jovens querem consumir informações confiáveis no ambiente online e consideram a grande disponibilidade de conteúdos pouco críveis como uma barreira ao seu aprendizado. Também é possível verificar que a percepção dos jovens sobre a importância da veracidade de informações [...]

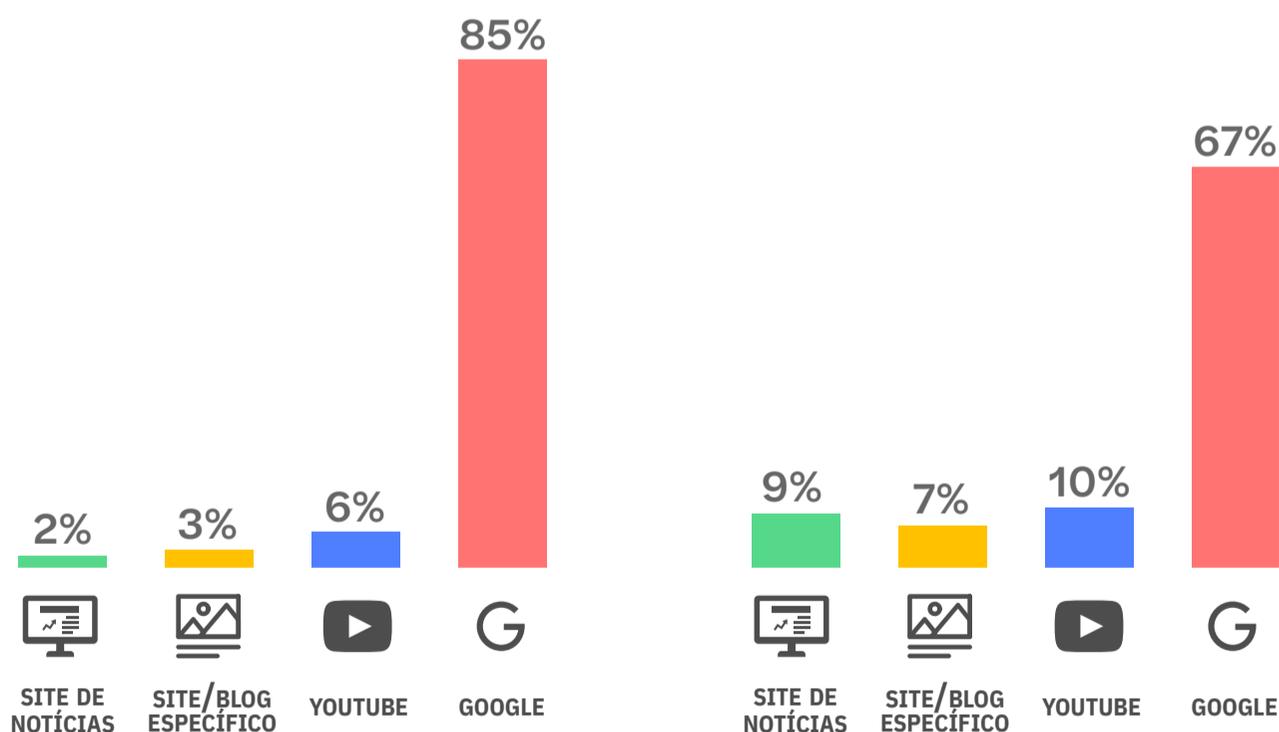
possível verificar que a percepção dos jovens sobre a importância da veracidade de informações que encontram na Internet aumenta conforme melhora a condição socioeconômica, com o acesso a mais de um dispositivo para acessar a rede e com uma conexão de melhor qualidade.

8. Canal de informações sobre celebridades liderado pelo jornalista e apresentador Bruno Rocha - hugogloss.uol.com.br

Dinâmicas de informação

PRINCIPAIS FONTES DE INFORMAÇÃO

A pesquisa demonstrou que o consumo de informações pelos jovens apresenta dinâmicas diferenciadas a depender do assunto tratado e da motivação dos adolescentes ao buscar para ou receber dado conteúdo. Autores como Cortesi e Gasser (2015) já haviam mapeado esse fenômeno: “[...] é mais provável que um entendimento mais amplo do que constitui notícias impacte nossa avaliação da fonte e sua diversidade positivamente, pois isso aumenta o espectro de fontes pelas quais os jovens consomem informação e sua vontade de se engajar com informações diversas” (Cortesi e Gasser, 2015, p.1430, tradução livre). Quando se trata de trabalhos escolares ou informações sobre saúde, como doenças, alimentação e práticas saudáveis, o buscador Google foi apontado como a fonte de informação para a grande maioria dos adolescentes - 96% declararam utilizar essa forma de busca de informações para fazer trabalhos escolares e 88% para buscar informações sobre saúde. Também se destaca, em ambos os casos, a plataforma de vídeos Youtube – 65% declararam buscar informações para fazer trabalhos escolares nessa plataforma, e 57% a utilizam para buscar informações sobre saúde. Quando questionados sobre qual fonte preferem para realizar ambas as atividades, o buscador Google é o mais citado – 85% utilizam preferencialmente essa fonte para fazer trabalhos escolares e 67% para buscar informações sobre saúde. Na etapa de grupo focal, uma participante explica a diferença das fontes para busca de informações:



Base: Amostra (602)
Principal fonte utilizada para fazer trabalho da escola

Base: Amostra (602)
Principal fonte utilizada para pesquisar informação sobre saúde

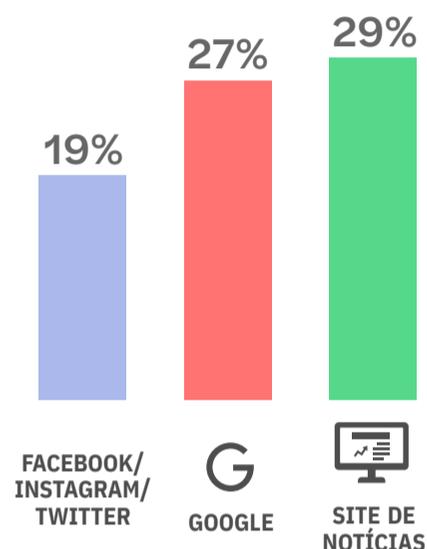
“É lógico que depende da finalidade. Quando você vai fazer um trabalho de escola, realmente você precisa colocar a fonte, precisa ser uma fonte confiável, e no dia a dia você acaba não verificando tanto assim, porque convenhamos que é chato você ler qual fonte... É enjoadinho.” (Adolescente B)

Já notícias sobre acontecimentos territoriais, ou seja, no bairro ou locais onde os jovens moram, as redes sociais despontaram como uma fonte de informação para mais da metade deles (52%), sendo que 19% escolheram as plataformas como a fonte preferida de informação local [...]

Já notícias sobre acontecimentos territoriais, ou seja, no bairro ou locais onde os jovens moram, as redes sociais despontaram como uma fonte de informação para mais da metade deles (52%), sendo que 19% escolheram as plataformas como a fonte preferida de informação local, atrás apenas de sites de notícias (29%) e do Google (27%). Além disso, considerando todas as fontes pesquisadas, **39% afirmaram utilizar grupos de WhatsApp de amigos**

e familiares para saber o que acontece no bairro ou local onde mora.

Nas oficinas e grupos focais, os jovens destacam a utilização do WhatsApp e de redes sociais para esses temas, considerando o viés social e a proximidade daqueles que seguem nas redes ou dos grupos dos quais fazem parte no mensageiro instantâneo.

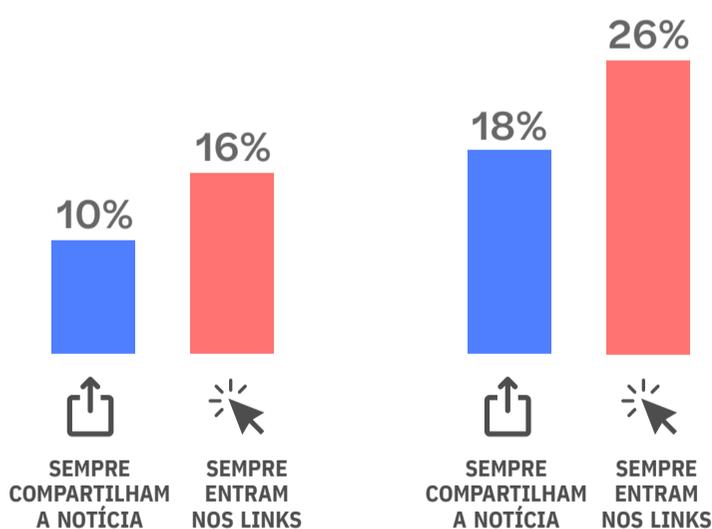


Base: Amostra (602)
Principal fonte utilizada para saber acontecimentos do local onde moram

CONSUMO E COMPARTILHAMENTO DE INFORMAÇÕES

Sobre o consumo e compartilhamento de informações por jovens e entre jovens no aplicativo de mensagem instantânea WhatsApp, a pesquisa demonstrou que a motivação deles em consumir informações nessa plataforma varia, inicialmente, a depender do objeto da notícia.

Apenas 16% dos que declararam ter recebido notícias sobre o Brasil e o mundo pelo WhatsApp disseram abrir sempre os links das notícias que recebem no WhatsApp sobre o Brasil e o mundo, e 10% afirmaram que sempre compartilham essas informações com terceiros. **Já quando se trata de notícias sobre o que acontece em seu bairro ou local onde moram, 26% dos adolescentes declararam acessar sempre os links recebidos e 18% sempre compartilham essas informações.** Tais resultados corroboram o relatório “How Young People Consume News” lançado em 2019, pela Flamingo junto ao Reuters Institute for the

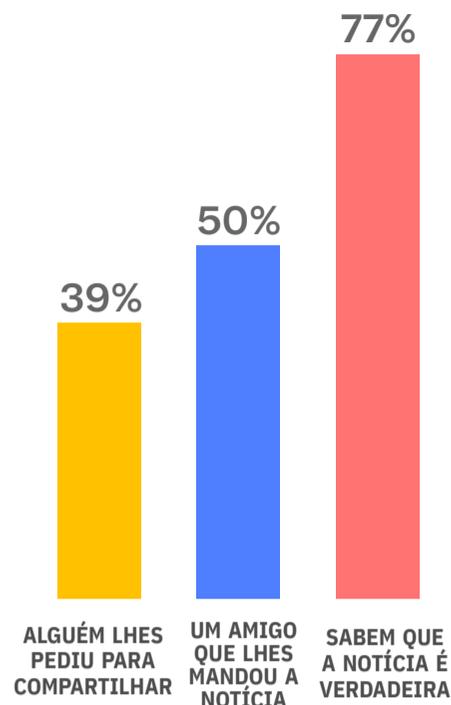


Base: Jovens que receberam notícias sobre o Brasil e o mundo no WhatsApp (245)
Consumo e compartilhamento de informações sobre o Brasil e o mundo

Base: Jovens que receberam notícias sobre o que acontece no seu bairro ou local onde mora no WhatsApp (325)
Consumo e compartilhamento de informações sobre o local onde moram

Study of Journalism da Universidade de Oxford, que conclui que jovens consomem notícias não só pela necessidade de se manterem informados, mas também por quão útil, interessante e divertida é aquela informação (Flamingo, 2019). Ao compartilharem notícias sobre seu bairro, por exemplo, os jovens enxergam para além da “necessidade de se manterem informados”, focando na utilidade e no interesse ligados àquelas notícias.

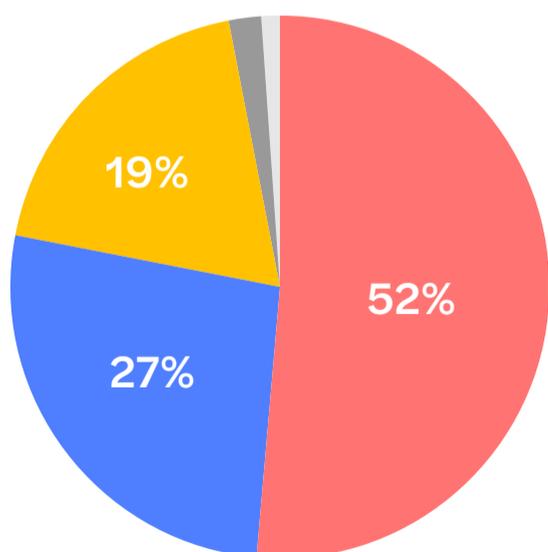
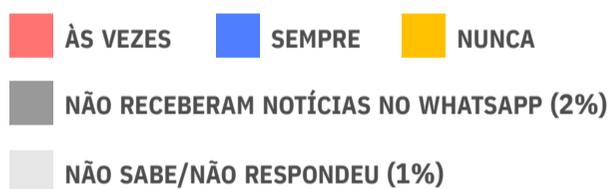
Quando questionados sobre os motivos de terem compartilhado as notícias que receberam, nove em cada dez adolescentes mencionaram que foi porque as consideraram interessantes ou importantes. Além disso, 77% deles declararam que compartilharam as notícias porque sabiam que a notícia era verdadeira. Vale destacar também neste ponto o funcionamento do viés social e confiança em pessoas e/ ou grupos de proximidade (Sloman & Fernbach, 2017; Guess, Nagler, Tucker, 2019), visto que a metade dos jovens compartilham informações que foram enviadas por um amigo(a) e 39% deles repassaram a informação pois alguém lhes pediu para fazê-lo.



Base: Jovens que recebem notícias pelo Whatsapp (251)
Motivo do compartilhamento de informações no WhatsApp

VERIFICAÇÃO DE INFORMAÇÕES

1.1. QUANDO E COMO VERIFICAM

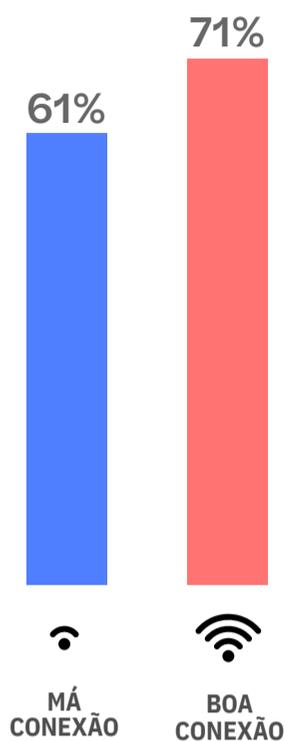


Base: Amostra (602)
Frequência da checagem de informações

Levando em conta a realização da pesquisa Hablatam em um cenário de crescimento exponencial da desinformação online, também buscou-se compreender, dentro das dinâmicas de consumo e compartilhamento de informações por jovens, como e se é feita a verificação de informações em grupos juvenis. **27% dos jovens responderam sempre verificar as notícias que chegam pelo WhatsApp, enquanto 52% responderam tomar essa ação às vezes.** Entre os que declararam checar se as notícias eram falsas ou verdadeiras, 79% disseram que conversaram pessoalmente com amigos ou colegas sobre a notícia e 78% utilizaram o Google para fazê-lo. No entanto, o uso do buscador é diferente ao analisarmos os usuários que acessam a internet apenas pelo celular (71%) e os que possuem acesso em mais de um dispositivo (81%). Essa diferença relacionada aos dispositivos utilizados se mantém em outros contextos, como veremos à frente.

A diferença da categoria do conteúdo também influencia se e como os jovens verificam informações. Ao serem perguntados sobre notícias relacionadas à política, durante um grupo focal, uma adolescente explica a diferença entre esse conteúdo e o de uma notícia sobre celebridades:

“É bem difícil de mexer, para falar a verdade, é muito complexo. Porque não é intuitivo, igual a gente falou. Não foi feito para ser algo intuitivo. Parece que não quer facilitar que as pessoas tenham essa facilidade. Então é bem complexo de você pesquisar se tal lei está entrando em vigor... Agora, vamos supor, se é da família Poncio⁹, você vai nos stories da Gabi, você vai nos stories do Saulo. Você tenta ir mais próximo do que aquilo está ligado: se é algo sobre política, você tenta ir no site do Senado; se é algo sobre famoso, você tenta ir no perfil do famoso. Algo assim.” (Adolescente C)



Base: Confirma as notícias que recebe pelo WhatsApp sempre ou às vezes (473)
Qualidade declarada da internet entre aqueles que buscaram informações em páginas ou perfis nas redes sociais

[...] 76% dos jovens usam o próprio WhatsApp para falar com conhecidos e confirmar a veracidade das informações.

Um dos dados mais relevantes neste aspecto é o fato de 76% dos jovens usarem o próprio WhatsApp para falar com conhecidos e confirmar a veracidade das informações. De todas as plataformas digitais mais usadas para o consumo de informações, o uso do WhatsApp para a verificação de notícias fica atrás apenas do buscador Google, usado por 78% deles. Já nas mídias sociais como

Facebook, Instagram e Twitter, 64% dos jovens buscaram páginas ou perfis para verificar a informação. A escolha das redes sociais com esta finalidade também é maior entre os jovens que declararam ter uma menor qualidade de acesso à internet (71%) em comparação àqueles que acreditam

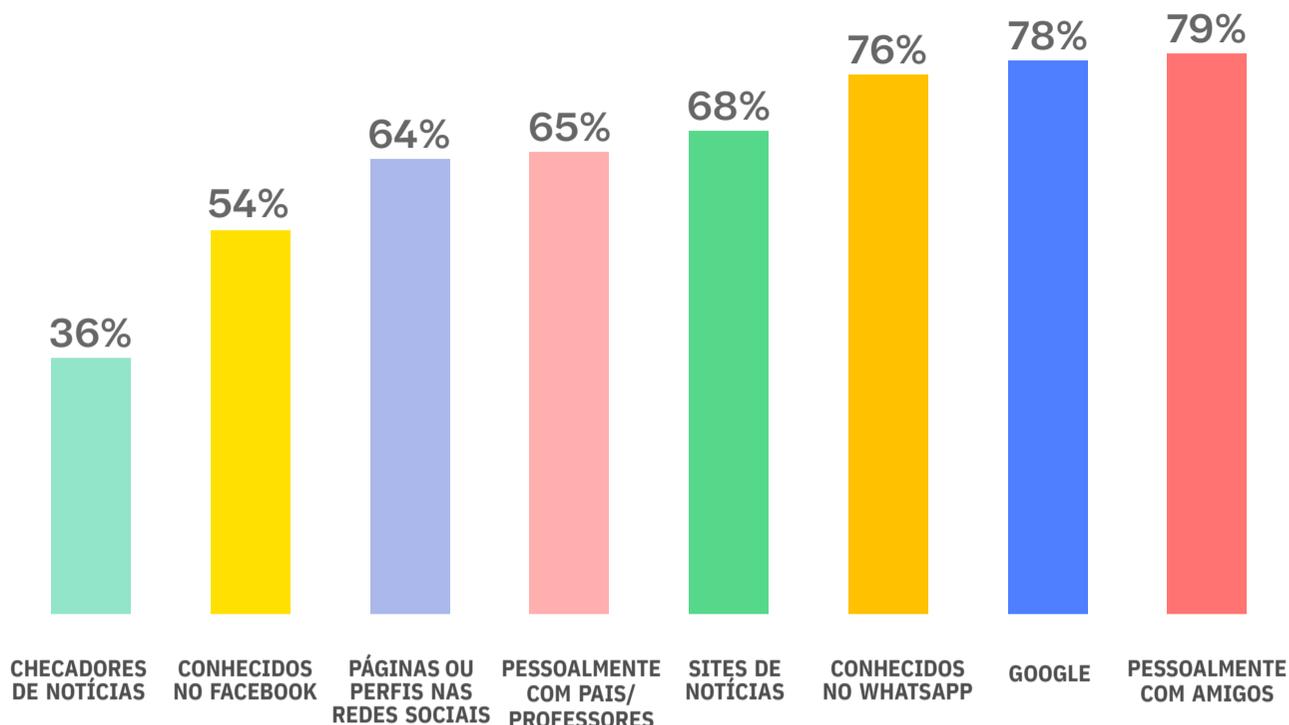
contar com uma boa qualidade de acesso à rede (61%).

A escolha das redes sociais com esta finalidade também é maior entre os jovens com menor qualidade de acesso à internet (71%) em comparação àqueles que possuem boa qualidade de acesso à rede (61%).

Para além do Google, WhatsApp e redes sociais, 68% dos adolescentes também disseram utilizar sites de notícias para verificar as informações e 36% deles afirmaram conhecer e usar sites específicos de checagem, como as agências Lupa e Aos Fatos. No entanto, assim como

apontado anteriormente nos resultados para o Google, existe uma diferença no uso desses recursos (de 10 pontos percentuais) entre os jovens que possuem mais de um dispositivo com acesso à rede e aqueles que só utilizam o celular.

9. A família em questão é composta por celebridades (cantores, atores e influenciadores digitais) e está em destaque devido à descoberta de uma traição por um dos membros da família. Alguns jovens acompanham estas celebridades e explicam como verificam informações sobre as mesmas.



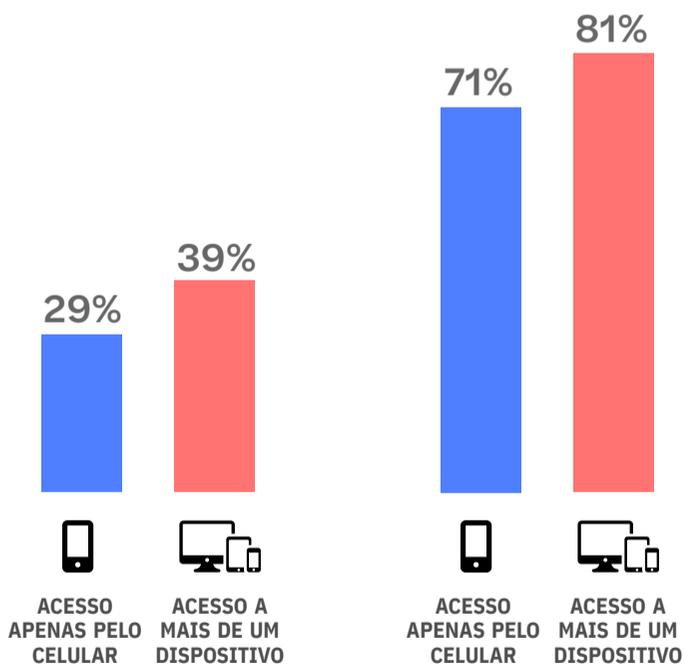
Base: Confirma as notícias que recebe pelo WhatsApp sempre ou às vezes (473)
Como verificam a informação entre aqueles que sempre ou às vezes checam as notícias

Para os jovens, elementos como layout, organização, linguagem e formato também trazem mais confiabilidade àquela informação como colocado por uma

[...] jovens que possuem acesso à internet apenas pelo celular utilizam menos o Google, sites de notícias e agências de checagem para verificar as informações que recebem. Ao mesmo tempo, aqueles jovens que declararam possuir uma baixa qualidade de conexão são os que mais utilizam o próprio WhatsApp ou redes sociais para fazer essa verificação.

adolescente na etapa de grupos de discussão: **“Eu acho que tem muito também de estética. Porque um site todo organizadinho, que você meio que já conhece, você acaba confiando mais.”** (Adolescente C).

A conclusão é, portanto, que os jovens que possuem acesso à internet apenas pelo celular utilizam menos o Google, sites de notícias e agências de checagem para verificar as informações que recebem. Ao mesmo tempo, aqueles jovens que declararam possuir uma baixa qualidade de conexão são os que mais utilizam o próprio WhatsApp ou redes sociais para fazer essa verificação. Ambos os comportamentos podem estar bastante associados à prática do zero rating realizada pelas empresas de telefonia no Brasil, em que o usuário pode ter acesso ilimitado às redes sociais e ao WhatsApp mesmo que não tenha dados para navegar na internet e abrir sites de notícias ou o próprio Google, por exemplo. No entanto, a má qualidade dos planos de internet como um todo e o imediatismo do



Base: Amostra (602)
Disponibilidade de dispositivos entre aqueles que usaram sites de checagem de notícias

Base: Amostra (602)
Disponibilidade de dispositivos entre aqueles que verificaram informações no Google

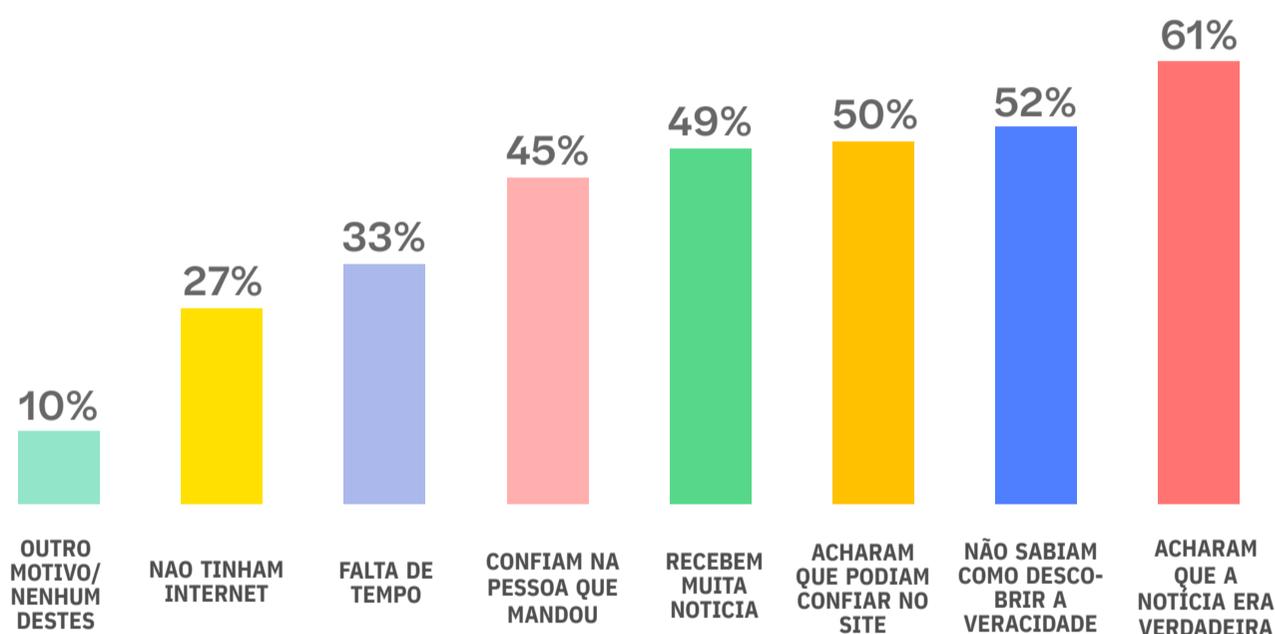
fluxo informacional das redes sociais é o cenário macro que favorece nenhuma ou pouca verificação das informações que circulam nos diferentes grupos sociais, entre eles, os jovens.

1.2. PORQUE NÃO VERIFICAM

[...] 61% não verificou por acreditar que a informação era verdadeira e mais da metade (52%) não sabia como fazer a verificação.

Além dos motivos citados anteriormente - o tipo de dispositivo utilizado e a qualidade na conexão à internet - a pesquisa buscou entender as justificativas dos jovens para não verificarem as informações: 61% não verificaram por acreditarem que a informação era verdadeira e mais da metade (52%) afirmaram que não sabiam como fazer a verificação. Neste último ponto, é relevante destacar

alguns motivos para isso, elaborados durante os grupos focais, como o volume muito grande de informações, a linguagem inadequada da fonte de informação, a usabilidade ruim das interfaces utilizadas e a falta de conhecimento do processo de verificação em si.



Base: Confirma as notícias que recebe pelo WhatsApp às vezes ou nunca (426)
Motivos para não verificarem as informações

Esses dados demonstram que, mesmo que os jovens, convencionalmente chamados de nativos digitais (van Deursen e van Dijk, 2014), possuam maior

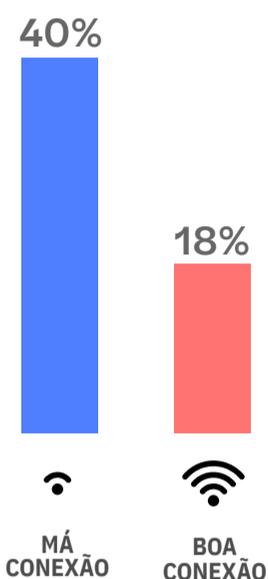
letramento digital e, portanto, mais instrumentos para compreender as dinâmicas de funcionamento do ambiente digital do que grupos demográficos de gerações mais velhas, eles também são fortemente afetados pelos desafios trazidos pela desinformação e necessitam de estratégias de educação digital que sejam direcionadas aos seus hábitos de consumo de informação (UNICEF, 2017).

letramento digital e, portanto, mais instrumentos para compreender as dinâmicas de funcionamento do ambiente digital do que grupos demográficos de gerações mais velhas, eles também são fortemente afetados pelos desafios trazidos pela desinformação e necessitam de estratégias de educação digital que sejam direcionadas aos seus hábitos de consumo de informação (UNICEF, 2017). Os próprios jovens se identificam com esse fenômeno, como afirma uma adolescente em um grupo focal:

“Acho que nossos pais veem a tecnologia como um meio muito formal para as coisas. A gente, não, a gente meio que nasceu... Nasceu, não, porque essa geração é que está nascendo, mas a gente cresceu junto com a tecnologia, então, faz parte de todas as partes da nossa vida, tanto para estudo quanto para bobeira. Então, essa parte de bobeira, a gente faz com mais naturalidade.” (Entrevistada A)

Os resultados também corroboram a pesquisa divulgada em fevereiro de 2020 pela empresa de cibersegurança Kaspersky, que se aprofundou em entender como a América Latina lida com o fenômeno da desinformação. De acordo com essa pesquisa, em média, 70% dos latino-americanos não sabem identificar ou não têm certeza se conseguem diferenciar se uma notícia na internet é falsa ou verdadeira (Kaspersky, 2020).

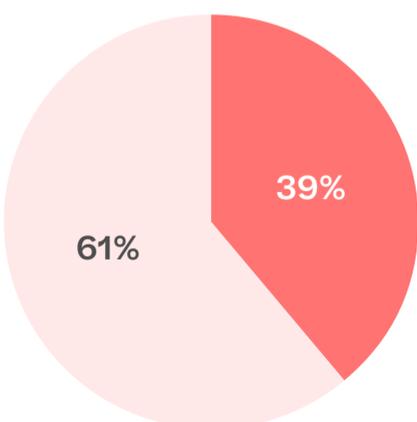
No nosso estudo, vale destacar também que dentre os adolescentes que declararam contar um acesso de baixa qualidade à rede, 40% afirmaram não ter verificado a informação por não possuir internet para fazê-lo na hora, contra 18% daqueles que declararam ter um bom acesso, o que serve de exemplo para a afirmativa de que o acesso ainda é uma das grandes fragilidades brasileiras para o desenvolvimento de uma população mais consciente e instrumentalizada para se proteger da confusão informacional nos meios digitais.



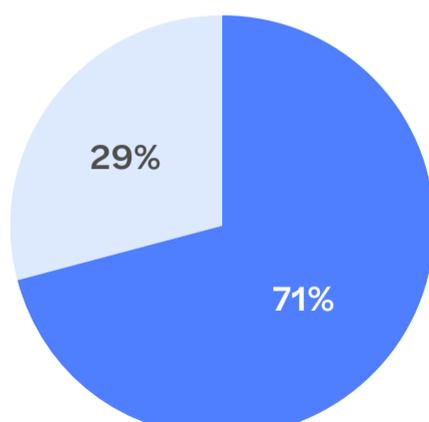
Base: Confirma as notícias que recebe pelo WhatsApp às vezes ou nunca (426)
Qualidade declarada da conexão entre aqueles que não tinham Internet para verificarem as informações na hora

1.3. JOVENS COMO IMPORTANTES ATORES NO COMBATE À DESINFORMAÇÃO

Apesar de muitos desses jovens (39%) já terem compartilhado notícias falsas que acreditavam serem verdadeiras, esse grupo também se mostra muito comprometido em agir pró-ativamente no combate à disseminação de desinformação. Isso



Base: Amostra (602)
Compartilharam notícias falsas que acreditavam ser verdadeiras



Base: Soube que a notícia era falsa (341)
Avisaram que a notícia era falsa

porque, **ao serem questionados sobre suas atitudes ao presenciar o compartilhamento de informações falsas por amigos e familiares, 71% responderam que tiveram a postura de alertar/avisar sobre o caráter inverídico da notícia.** Isso deixa claro que, apesar dos jovens não terem todas as ferramentas e conhecimentos necessários para identificar informações falsas, quando o fazem, são importantes atores para combater o problema da disseminação dessas notícias.

Conclusões gerais

A pesquisa Hablatam tem como objetivo compreender mais profundamente as relações entre jovens na América Latina e as novas tecnologias, com foco particular em habilidades digitais, lacunas de conteúdo e qualidade da informação. Em sua edição brasileira, a pesquisa teve particular foco em compreender as dinâmicas de consumo, compartilhamento e verificação de informações por crianças e adolescentes, de modo a confirmar ou refutar hipóteses, além de apresentar novas perspectivas, sobre formas de enfrentamento ao fenômeno de desinformação entre jovens. Para isso, foram realizadas etapas qualitativas (oficinas de co-criação e grupo focais) que alimentaram a formulação da etapa seguinte, a fase quantitativa - composta por um questionário aplicado nas principais regiões metropolitanas brasileiras - fazendo com que os jovens, objeto desta pesquisa, fossem também agentes durante o processo de construção da mesma, em uma abordagem não adulto-centrada.

A realização de uma pesquisa nacional com jovens sobre a sua relação com novas tecnologias e com a desinformação é de extrema importância nesse momento histórico, em que países procuram por políticas eficazes para lidar com esses desafios.

A realização de uma pesquisa quantitativa com essa abrangência com jovens sobre a sua relação com novas tecnologias e com a desinformação é de extrema importância nesse momento histórico, em que países procuram por políticas eficazes para lidar com esses desafios. Diante do crescente debate sobre futuro do trabalho, é fundamental ter diagnósticos de como a nova geração vem construindo habilidades digitais que serão indis-

pensáveis para seu futuro profissional e também para o direcionamento das economias e sociedades. Quanto à desinformação e à desordem informacional, mesmo não sendo fenômenos novos, eles apresentam agora desafios mais complexos relacionados ao desenho de regulações e políticas públicas, a partir da emergência de ferramentas de comunicação digital e do uso da desinformação como estratégia de propaganda computacional¹⁰.

Ao estudar a juventude de um país, pode-se com ela entender os impactos sociais e culturais de longo prazo e, com isso, antecipar ações que tratem de forma mais efetiva tais desafios, sem com isso cair em soluções simplificadoras.

Ao estudar a juventude de um país, pode-se com ela entender os impactos sociais e culturais de longo prazo e, com isso, antecipar ações que tratem de forma mais efetiva tais desafios, sem com isso cair em soluções simplificadoras. **Em nossa pesquisa quantitativa, identificamos três elementos chave para aprofundar o entendimento sobre fenômeno: 1) qualidade e disponibilidade de acesso a fontes de informação, em especial à internet; 2) estruturação de espaços de aprendizagem e socialização que levem em conta novos paradigmas educacionais; 3) laços afetivos e de confiança entre os jovens, os quais algumas vezes também estão relacionados ao território que ocupam.**

10. Propaganda computacional é o uso de ferramentas como bots e trollbots com o objetivo de capturar, influenciar e manipular o debate público. A partir da disseminação de desinformação online ou discurso de ódio, a propaganda computacional é central na amplificação ou repressão de conteúdos políticos. A propaganda computacional é escolhida como estratégia por diferentes atores políticos no mundo como forma de ganhar visibilidade política, dificultar o debate público e desacreditar adversários. Leia mais em: <https://comprop.oii.ox.ac.uk/research/working-papers/computational-propaganda-in-brazil-social-bots-during-elections/>

Com relação à qualidade e disponibilidade de acesso, identificamos que clivagens de classe importam para entender a disponibilidade de recursos educacionais e informacionais para os jovens. Dificuldades ou limitações de acesso à internet, normalmente associadas a questões socioeconômicas, limitam jovens a encontrarem informações que possam contribuir com o aprimoramento de suas habilidades, digitais ou não. **Dessa forma, as habilidades digitais e perspectivas dos jovens quanto às novas tecnologias são definidas em grande medida pela forma como acessam a rede.**

Isso nos leva ao segundo elemento que é o papel dos espaços de aprendizagem e socialização. Mais uma vez, a clivagem de classe é determinante, pois enquanto jovens de classes A/B têm mais facilidade de acesso a outros espaços de sociabilidade e aprendizagem, nas classes D/E a escola acaba sendo o principal canal de acesso a recursos de aprendizagem. Muitos jovens não conseguem desenvolver habilidades que carecem ou que gostariam de adquirir pela falta desses espaços, pela falta de preparação desses facilitadores (educadores e professores, em geral) e pela ausência de diretrizes curriculares para a formação desse grupo quanto à educação digital e educação para a mídia. Preparar as escolas, assim como fomentar novos espaços de sociabilidade, é fundamental para promover a equidade na disponibilização de oportunidades em uma sociedade cada vez mais conectada.

Preparar as escolas, assim como fomentar novos espaços de socialização, é fundamental para promover a equidade na disponibilização de oportunidades em uma sociedade cada vez mais conectada.

Esses espaços de sociabilidade podem ser transformadores na construção de uma geração comprometida com o combate à desinformação. Em nossa pesquisa, identificamos que a ampla maioria dos jovens tem uma postura pró-ativa em alertar para o caráter inverídico de informações, quando com elas defrontados. Identificamos também que os laços afetivos e de confiança são um fator importante no consumo e compartilhamento das informações por esses jovens, uma vez que eles as compartilham quando advindas de amigos ou familiares ou mesmo se algum conhecido pediu para que o fizessem. O tipo de fonte que consomem está diretamente relacionado ao campo à qual certa informação pertence: quando se relaciona a temas especializados (saúde, ciência, por exemplo), os jovens buscam fontes especializadas (como buscadores, blogs e sites específicos); já quando a informação é sobre questões mais cotidianas (como informações do seu território ou sobre celebridades), eles buscam fontes nas redes sociais e em aplicativos de mensagem instantânea, o que entra também na dinâmica de proximidade e confiança mencionada.

Os elementos anteriores também apresentam consequências relacionadas a conteúdos inadequados e lacunas de conteúdo disponíveis aos jovens. O acesso única ou majoritariamente pelo celular leva a uma exclusão desses jovens de diversos conteúdos que não são elaborados para o formato móvel, além da própria dinâmica no formato móvel ser distinta daquela para computadores. Já a forma de acesso à internet, na maioria apenas por WiFi ou internet móvel, também reduz as possibilidades de aproveitamento de conteúdo por parte dos

Esses espaços de socialização podem ser transformadores na construção de uma geração comprometida com o combate à desinformação.

Esses espaços de sociabilidade podem ser transformadores na construção de uma geração comprometida com o combate à desinformação. Em nossa pesquisa, identificamos que a ampla maioria dos jovens tem uma postura pró-ativa em alertar para o caráter inverídico de informações, quando com elas defrontados. Identificamos também que os laços afetivos e de confiança são um fator importante no consumo e compartilhamento das informações por esses jovens, uma vez que eles as compartilham quando advindas de amigos ou familiares ou mesmo se algum conhecido pediu para que o fizessem. O tipo de fonte que consomem está diretamente relacionado ao campo à qual certa informação pertence: quando se relaciona a temas especializados (saúde, ciência, por exemplo), os jovens buscam fontes especializadas (como buscadores, blogs e sites específicos); já quando a informação é sobre questões mais cotidianas (como informações do seu território ou sobre celebridades), eles buscam fontes nas redes sociais e em aplicativos de mensagem instantânea, o que entra também na dinâmica de proximidade e confiança mencionada.

Os elementos anteriores também apresentam consequências relacionadas a conteúdos inadequados e lacunas de conteúdo disponíveis aos jovens. O acesso única ou majoritariamente pelo celular leva a uma exclusão desses jovens de diversos conteúdos que não são elaborados para o formato móvel, além da própria dinâmica no formato móvel ser distinta daquela para computadores. Já a forma de acesso à internet, na maioria apenas por WiFi ou internet móvel, também reduz as possibilidades de aproveitamento de conteúdo por parte dos

Os elementos anteriores também apresentam consequências relacionadas a conteúdos inadequados e lacunas de conteúdo disponíveis aos jovens. O acesso única ou majoritariamente pelo celular leva a uma exclusão desses jovens de diversos conteúdos que não são elaborados para o formato móvel, além da própria dinâmica no formato móvel ser distinta daquela para computadores. Já a forma de acesso à internet, na maioria apenas por WiFi ou internet móvel, também reduz as possibilidades de aproveitamento de conteúdo por parte dos

jovens, que não têm a garantia da estabilidade de banda larga fixa e, no caso de dados móveis, precisam lidar com o limite dos pacotes de dados que podem acessar. Quanto a este ponto, os adolescentes de classes D/E relataram com maior frequência barreiras desse tipo para poderem usufruir da Internet para desenvolver habilidades de seu interesse, como a baixa qualidade do celular ou computador que utilizam (35%, contra 18% dos jovens de classes A/B), e da Internet que possuem acesso (33% entre aqueles de classes D/E, e 16% dos de classes A/B). Dessa forma, as lacunas de conteúdo acabam se agravando pelas dificuldades de acesso às tecnologias da informação e comunicação mencionadas pelos jovens.

Apesar dos elementos estarem enumerados nesta conclusão, é importante reforçar a conexão entre eles. **As relações de confiança para a troca de informações, por exemplo, são ambivalentes dependendo do grau de acesso a fontes externas de informação disponíveis para esses grupos. Da mesma forma, na medida em que se tem acesso a ferramentas e informações externas, os espaços de aprendizagem são fundamentais para a compreensão coletiva sobre o mundo.** Essa pesquisa trouxe dados estratificados importantes, mas a leitura desses elementos de forma conectada é importante para se obter uma visão holística nas formas de se lidar com o problema e propor futuras pesquisas, que integrem esses elementos.

Dessa forma, é fundamental o aprofundamento de políticas públicas que considerem a ampliação do acesso à internet nas escolas, a inclusão do desenvolvimento de habilidades digitais nos currículos escolares e a criação do debate sobre as revoluções tecnológicas e suas consequências, em especial, a desordem informacional. O desenho dessas políticas deve incluir os jovens em todas as etapas, fazendo com que suas questões sejam endereçadas a partir de suas próprias visões. Quanto melhor preparados estiverem os jovens brasileiros para lidar com esses desafios, mais resiliência teremos enquanto sociedade e mais oportunidades serão criadas.

Recomendações gerais

Garantir o acesso universal à internet de banda larga nas escolas, em especial, na rede pública;

Garantir a qualidade e disponibilidade de acesso a fontes de informação qualificadas e adaptadas à linguagem dos jovens;

Promover a estruturação de espaços de aprendizagem e sociabilidade que levem em conta as necessidades dos jovens em relação à segurança online, linguagem adequada e diferenças sociais;

Inserir a educação para a mídia (media literacy) e a alfabetização digital nos currículos escolares, bem como a capacitação dos educadores para liderar a transferência deste conhecimento;

Inserir os jovens no processo de criação e validação destas políticas públicas, garantindo sua participação ativa nessas dinâmicas.

Referências

Bulger, M. & Davison, P. (2018). The Promises, Challenges, and Futures of Media Literacy. Data & Society Research Institute. Disponível em: https://datasociety.net/pubs/oh/DataAndSociety_Media_Literacy_2018.pdf

Castells, M. (2003). A Galáxia da Internet: Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.

Cobo, C; Cortesi, S; Brossi, L; Doccetti, S; Lombana, A; Remolina, N; Winocur, R, & Zucchetti, A. (Eds.). (2018). Jóvenes, transformación digital y formas de inclusión en América Latina. Montevideo, Uruguai: Penguin Random House.

Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br (2018). Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil - TIC Kids Online Brasil 2018. São Paulo: CGI.br. Disponível em: https://cetic.br/media/docs/publicacoes/216370220191105/tic_kids_online_2018_livro_eletronico.pdf

Comitê Gestor da Internet no Brasil - CGI.br (2018). Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros : TIC domicílios 2018. São Paulo: CGI.br, 2019. Disponível em: https://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/12225320191028-tic_dom_2018_livro_eletronico.pdf

Cortesi, S. & Gasser, U. (2015). Youth online and news: A phenomenological view on diversity. *International Journal of Communication* 9, pp. 1425–1448. Disponível em: <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2761/1369>. Acesso em: 15/03/2020.

Cortesi, S., Gasser, U., Genner, S., Graeff, E., Haduong, P., Junco, R., Murillo, L., Othman, D., Rosenberg, G., Robinson, E., Schomburg, M., Seymour, B., Shah, H., & Watson, S. (2015). Youth and Online News: Reflections and Perspectives (17 fevereiro 2015). Berkman Center Research Publication No. 2015-3. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=2566446>.

Costa, D. & Senne, F. (2018). Políticas de inclusão digital de crianças e adolescentes a partir da escola: ¿o que dizem os estudantes?. In: Cobo, C; Cortesi, S; Brossi, L; Doccetti, S; Lombana, A; Remolina, N; Winocur, R, y Zucchetti, A. (Eds.). (2018). Jóvenes, transformación digital y formas de inclusión en América Latina. Montevideo, Uruguai: Penguin Random House, pp. 103-112.

Fantin, M. (2011). Mídia-educação: aspectos históricos e teórico-metodológicos. *Olhar de Professor, Ponta Grossa*, 14 (1), pp. 27-40. Disponível em: <https://www.revistas2.uepg.br/index.php/olhardeprofessor/article/view/3483/2501>

Flamingo (2019). How Young People Consume News and The Implications For Mainstream Media. Setembro 2019. Reuters Institute for the Study of Journalism. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-08/FlamingoxREUTERS-Report-Full-KG-V28.pdf#page=3&zoom=page-width,-16,803>

Fundação Telefônica Vivo (2019). *Juventudes e Conexões*. 3.edição. São Paulo: Fundação Telefônica Vivo, 2019.

Gasser, U. (2015). Youth and Digital Media Research and Policy-Making Interface: Mapping Key Design Challenges. In Cortesi, S. e Gasser, U. (Eds.), *Digitally connected: Global perspectives on youth and digital media*, pp.15-17. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2585686

Gasser, U., Cortesi, S., Malik, M., & Lee, A. (2012). *Youth and Digital Media: From Credibility to Information Quality*. (16 de fevereiro, 2012). Berkman Center Research Publication No. 2012-1. Disponível em SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2005272>

Global Kids Online (2016). *Global Kids Online Research Toolkit Qualitative guide*. Disponível em: <http://globalkidsonline.net/wp-content/uploads/2016/04/Qualitative-toolkit-guide-final-26-Oct-16.pdf>. Acesso em: 24/03/20

Guess, A., Nagler, J., & Tucker, J. (2019). Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook. *Science advances*, 5 (1).

Hasse, A., Cortesi, S., Lombana-Bermudez, A., & Gasser, U. (2019). Youth and artificial intelligence: Where we stand. *Youth and Media*, Berkman Klein Center for Internet & Society. Disponível em: <https://cyber.harvard.edu/publication/2019/youth-andartificial-intelligence/where-we-stand>

Huguet, A., Baker, G., Kavanagh, J., & Blumenthal, M. (2019). *Exploring Media Literacy Education as a Tool for Mitigating Truth Decay*. RAND Corporation, Santa Monica, Califórnia. Disponível em: https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/research_reports/RR3000/RR3050/RAND_RR3050.pdf

ITU - International Telecommunications Union (2018). *Measuring the Information Society Report*. Genebra.

Junco, R. (2015). What Are Digital Literacies and Why Do They Matter?. In Cortesi, S. e Gasser, U. (Eds.), *Digitally connected: Global perspectives on youth and digital media*, pp.15-17. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2585686

KASPERSKY (2020). *Pesquisa: os perigos ocultos da Internet*. 7 de fevereiro de 2020. Disponível em: <https://www.kaspersky.com.br/blog/digital-iceberg/13996/>. Acesso em: 10/02/2020

Kim, J. H. Bock & G. W. (2011). A study on the factors affecting the behavior of spreading online rumors: Focusing on the rumor recipient's emotions. *PACIS 2011 - 15th Pacific Asia Conference on Information Systems: Quality Research in Pacific*.

Koltay, T.; Spiranec, S.; Karvalics, L.Z. (2016). *The Nature of Information Literacy*. In: Koltay, T.; Spiranec, S.; Karvalics, L.Z. (Eds.), *Research 2.0 and the Future of Information Literacy*, Chandos Publishing, pp. 61-110.

Konopacki, M. & Machado, C. (2018). Computational Power: Automated Use of WhatsApp in the Elections. Disponível em: <https://feed.itsrio.org/computational-power-automated-use-of-WhatsApp-in-the-elections-59f62b857033>.

Lewis, B. & Marwick, A (2017). Media Manipulation and Disinformation Online. Data & Society. Disponível em: https://datasociety.net/pubs/oh/DataAndSociety_MediaManipulationAndDisinformationOnline.pdf.

Livingstone, S. (2016) A framework for researching Global Kids Online: Understanding children's wellbeing and rights in the digital age. London: Global Kids Online. Available from: www.globalkidsonline.net/framework

Livingstone, S., Ólafsson, K., Helsper, E. J., Lupiáñez-Villanueva, F., Veltri, G. A., & Folkvord, F. (2017). Maximizing opportunities and minimizing risks for children online: The role of digital skills in emerging strategies of parental mediation. *Journal of Communication*, 67, pp. 82–105. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1111/jcom.12277>

Livingstone, S. et al (2017) Global perspectives on children's digital opportunities: an emerging research and policy agenda. *Pediatrics*, 140 (S2), pp.S137-S141. Disponível em: https://pediatrics.aappublications.org/content/140/Supplement_2/S137. Acesso em 15/03/20

Mateus, J., Sola, P.A., Quiroz, M.T. (2019). *Media Education in Latin America*. Londres e Nova Iorque: Routledge.

Sloman, S., & Fernbach, P. (2017). *The Knowledge Illusion: Why We Never Think Alone*. Penguin.

Steibel, F. (2012). *Designing Online Deliberation Using Web 2.0 Technologies: The Marco Civil Regulatório Case*. Compos, GT Comunicação e Política.

Trucco, D. & Palma, A. (eds.) (2020), *Infancia y adolescencia en la era digital: un informe comparativo de los estudios de Kids Online del Brasil, Chile, Costa Rica y el Uruguay*, Documentos de Proyectos (LC/TS.2020/18), Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2020.

UNICEF (2017). *Children in a Digital World*. Disponível em: https://www.unicef.org/publications/files/SOWC_2017_ENG_WEB.pdf. Acesso em: 16/03/20

Urbina, C. (2015). Libraries Driving Access to Information and Digital Literacy for Children and Youth: Going 'Beyond Access' to Promote Ownership and Agency of ICT Tools for Development. In S. Cortesi & U. Gasser (Eds.), *Digitally connected: Global perspectives on youth and digital media*, pp.15-17. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2585686

UNESCO (2012). *The Moscow Declaration on Media and Information Literacy*. Moscou, 28 de Junho, 2012. Disponível em: http://ifapcom.ru/files/News/Images/2012/mil/Moscow_Declaration_on_MIL_eng.pdf

UNESCO (2018). A Global Framework of Reference on Digital Literacy Skills for Indicator 4.4.2. UNESCO Institute for Statistics. Montreal, Canadá. Disponible en: <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/ip51-global-framework-reference-digital-literacy-skills-2018-en.pdf>

Van Dijk, J.A.G.M., & van Deursen, A.J.A.M. (2014). Digital Skills, Unlocking the Information Society. New York: Palgrave Macmillan.

Waugh, Amanda & Ahn, June & Magee, Rachel & Bowler, Leanne & Agosto, Denise & Subramaniam, Mega. (2014). Youth Beyond Borders: Methodological Challenges in Youth Information Interaction. Proceedings of the American Society for Information Science and Technology. 51. 10.1002/meet.2014.14505101019.

Wardle, C. & Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe report, 27.



HABLATAM

Acesse nossas redes



itsrio.org