



## A velhice e o ecossistema desinformativo: o papel da comunicação pública na oferta de informação de qualidade aos idosos<sup>1</sup>

Michel Carvalho da Silva<sup>2</sup>  
Roberto de Melo<sup>3</sup>

### RESUMO

O artigo discute sobre como a pessoa idosa lida com o ecossistema desinformativo, investigando o comportamento online dos participantes da Universidade Aberta à População Idosa, projeto de extensão desenvolvido no Campus Baixada Santista da Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP). Partindo da relação entre os mais velhos e o ambiente midiático, o trabalho reflete sobre a vulnerabilidade dos idosos a conteúdos falsos, duvidosos e enganosos, e como a comunicação pública pode oferecer informação de qualidade a este grupo populacional. O estudo tem caráter exploratório e emprega a observação e a aplicação de questionário na coleta de dados. A partir dos números obtidos, o trabalho propõe três estratégias de comunicação pública que buscam contribuir para a integridade da informação voltada à pessoa idosa.

**PALAVRAS-CHAVE:** comunicação pública; desinformação; excesso informativo; integridade da informação; idosos.

### 1. Introdução

O volume de informações que as pessoas precisam processar cresce de maneira exponencial, enquanto a capacidade humana de processamento continua a mesma. As pessoas são expostas diariamente a inúmeras mensagens que demandam tempo e capacidade analítica (Bhaskar, 2020). Esse cenário favorece a ação de sistemas desinformativos, que atuam estrategicamente para causar danos à gestão pública, desacreditar instituições de autoridade (ciência, imprensa e Estado) e dificultar a compreensão sobre a verdade objetiva e a factualidade (Recuero, 2024). Essa situação se agrava fortemente quando consideramos a população idosa (pessoas com mais de 60 anos), que está cada vez mais conectada.

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 02 | Comunicação Pública, Direitos Humanos, Diversidade e Acessibilidade no III Congresso Brasileiro de Comunicação Pública, realizado de 20 a 22 de outubro de 2025, em São Cristóvão/SE.

<sup>2</sup> Doutor em Ciências Humanas e Sociais pela UFABC e Mestre em Ciências da Comunicação pela USP. Diretor da Associação Brasileira de Comunicação Pública na Regional São Paulo e pesquisador do Grupo Mediações Educomunicativas (MECOM), vinculado à ECA/USP. É integrante do Conselho Consultivo da Associação Paulista de Escolas do Legislativo e de Contas (APEL). Email: [mediacidada@gmail.com](mailto:mediacidada@gmail.com).

<sup>3</sup> Assistente Social da Prefeitura Municipal de Peruíbe (SP). E-mail: [demelo.roberto@gmail.com](mailto:demelo.roberto@gmail.com).



A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) Contínua, formulada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), mostrou que, entre pessoas com mais de 60 anos, a proporção de quem usa internet em 2023 ficou em 66% (22,5 milhões). Esse grupo etário é o que mais cresce, proporcionalmente, desde 2019, quando menos da metade (44,8%) desse público tinha contato com a web, representando um aumento de 21,2 pontos percentuais (Brasil, 2024).

Diante desse cenário de desordem informativa, surge a questão que preocupa a administração pública: a disponibilização de informação de qualidade aos idosos. Esse desafio é colocado, sobretudo, à comunicação pública, que se apresenta socialmente como instância oficial de informação pública, fornecedora de notícias de interesse coletivo (Silva, 2021). A ideia de informação de qualidade, neste trabalho, é associada ao conceito de integridade informacional (United Nations, 2023), formulado pela Organização das Nações Unidas (ONU), que se refere aos atributos de precisão, consistência e confiabilidade da informação.

A qualidade das informações disseminadas pode contribuir para a adesão ou o desincentivo dos cidadãos em relação às políticas e aos serviços públicos existentes, como observamos no recente contexto pandêmico, em que a comunicação pública desempenhou papel central na oferta de informações precisas e confiáveis sobre vacinação contra a Covid-19, isolamento social e uso da máscara de proteção (Oliveira; Colpo, 2021). Além disso, a integridade da informação é essencial para a formulação de políticas públicas eficazes, a mobilização social e a tomada de decisões esclarecidas.

A partir desse problema de pesquisa, então, propomos uma investigação que escrutina a relação da população idosa com o acesso à informação, considerando os sistemas desinformativos e o grau de conectividade. Para isso, aplicamos um questionário aos participantes do projeto de extensão Universidade Aberta à População Idosa (UAPI) da Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP) no Campus Baixada Santista, na cidade de Santos (Silva et. at., 2015). A atividade foi desenvolvida dentro da aula “Desinformação, Educação midiática e cidadania digital” do mencionado projeto de extensão. O trabalho, de caráter qualitativo, objetiva, a partir do levantamento, discutir estratégias de comunicação pública que garantam a oferta de informações de qualidade aos idosos, considerando o contemporâneo ecossistema midiático.



Para consecução do objetivo central do artigo, realizamos uma breve revisão de literatura, buscando mobilizar pesquisas que versam sobre sistemas desinformativos e habilidades infocomunicacionais da pessoa idosa. Em seguida, apresentamos os dados relativos ao grupo investigado no que se refere a consumo de notícias e informações e fluência digital. Por fim, apontamos algumas estratégias de comunicação pública a fim de mitigar os efeitos da desinformação nesse segmento etário, e ofertar informação de qualidade.

## 2. Referencial teórico

O ecossistema midiático contemporâneo é caracterizado por uma série de fenômenos sociais: desordem informacional e crise das instituições democráticas, difusão de desinformação, polarização ideológica impulsionada por emoções, expressões de hostilidades pela dificuldade de construção consensos democráticos para o funcionamento do sistema político e, por fim, a descredibilidade das instituições de autoridade e sistemas peritos (Fischer, 2023; Demuru, 2024; Da Empoli, 2020).

Em um ambiente informativo desordenado, notícias, dados, opiniões, ironias e mentiras se justapõem. Na maioria das vezes, esses conteúdos não possuem origem, nem apresentam a devida contextualização, nem, ao menos, se sabe se tais produções foram feitas por seres humanos ou dispositivos automatizados. Nesse ambiente de incerteza, os indivíduos são tragados pelo discurso performativo publicitário, em que tudo é simulacro (Crary, 2023). De fato, a desordem informativa desestabiliza a ordem social e provoca ruptura dos consensos mínimos sobre aquilo que é real ou não no mundo (Wardle; Derakhshan, 2017).

A plataformização da sociedade impacta os múltiplos segmentos etários de forma distinta. A população idosa, objeto do presente estudo, se viu obrigada a lidar com novos dispositivos digitais, sendo que alguns desses aparelhos surgiram na vida dessas pessoas quando esses já eram adultos ou até mesmo mais velhos (Silva, 2016). À medida em que aumenta a média de idade da população no mundo, a sociedade parece ficar mais midiatisada, o que exige um contínuo processo de aprendizagem e o desenvolvimento de novas competências, como, por exemplo, ler a informação que acessa com mais



criticidade, a fim de refletir sobre as motivações reais daquela determinada mensagem compartilhada no grupo da família.

O envelhecimento é um processo normal e inerente a todas as pessoas, sendo um fenômeno singular que varia de indivíduo para indivíduo caracterizando-se por mudanças biológicas, psíquicas e sociais naturais e gradativas, que vão surgindo de acordo com as suas características genéticas e o seu modo de vida (Zimerman, 2000). A qualidade de vida dos mais velhos está centrada na ideia de envelhecimento ativo, que tem relação com o estabelecimento de políticas públicas que promovam saúde, dignidade, autonomia e integração à comunidade para esse segmento etário (Porfírio; Bottoni, 2021).

O acesso à informação e a possibilidade de comunicar são fatores indispensáveis para um envelhecimento com qualidade. Segundo o Relatório “Guia Global: Cidade Amiga do Idoso”, produzido pela Organização Mundial da Saúde (OMS), “ter conhecimento dos eventos, contato com pessoas e recebimento de informações práticas para administrar a sua vida e atender às necessidades pessoais dos idosos é vital para o envelhecimento ativo” (OMS, 2008, p. 53). Nesse sentido, autonomia digital para o idoso significa sair de uma zona de exclusão, em que ele, de posse de um celular, pode ter contato com amigos e familiares, e acesso às notícias do Brasil e do mundo.

Klimova et al. (2018) argumentam que os idosos, por ingressarem tardeamente no ambiente digital, possuem uma tendência maior de serem ludibriados por conteúdos fraudulentos. Desse modo, as dificuldades vividas pelas pessoas 60+ são esperadas, tendo em vista que o uso desses dispositivos somente se tornou comum quando já eram adultos maduros. Essa tendência é explicada por uma associação de fatores cognitivos, sociais e emocionais. Em um estudo sobre o compartilhamento no Facebook de informações falsas durante a campanha presidencial de 2016 nos Estados Unidos (que elegeu o ex-presidente Donald Trump), Guess, Nagler e Tucker (2019) revelaram que pessoas acima de 65 anos compartilharam sete vezes mais informações falsas quando comparados ao grupo etário entre 18 e 29 anos. Outro estudo mostrou que, semanas antes desse mesmo pleito eleitoral, os norte-americanos de 60+ acessaram mais sites difusores de desinformação do que eleitores mais jovens (Grinberg et. al., 2019).

De acordo com Brashier e Schacter (2020), habilidades importantes como memória episódica e raciocínio abstrato atingem o auge cedo e depois diminuem gradualmente, o que pode comprometer a capacidade de análise de pessoas 60+ quando



se fala em desinformação. Com o excesso informativo, os sentidos são mais exigidos, o que impede a concentração naquilo que é essencial ou mais preciso. Isso se observa se observa quando os mais velhos se deparam com verificadores de fatos. “O déficit de memória de origem sugere que as verificações de fatos desaparecem da memória, enquanto a desinformação original ainda parece fluente”. (Brashier; Schacter, 2020, p.2, tradução nossa).

As motivações religiosas e ideológicas também podem influenciar a forma como pessoas 60+ avaliam as informações no cotidiano, de modo a relativizar a importância da verdade factual. Sujeitos com crenças dogmáticas, ou seja, mais consolidadas, como boa parte dos idosos, se tornam mais suscetíveis a informações falsas, uma vez que determinados conteúdos falsos ou duvidosos endossam seus valores e opiniões (Pilati, 2018). De fato, as pessoas rejeitam mais facilmente argumentos e notícias contrárias ao seu sistema de crenças. Além disso, pessoas que julgam uma informação de acordo com seus estados emocionais, resistem mais à correção de conteúdos enganosos e conspiratórios, como se observa na recepção do que é publicado por agências de checagem de fatos (Ecker et. al., 2022).

Essa resistência à correção de ideia tem relação com o chamado viés de confirmação que, para Aronson e Aronson (2023), trata-se de um fenômeno psicológico no qual as pessoas tendem a buscar, interpretar e lembrar de informações que sustentem suas convicções prévias, rejeitando conteúdos que as contradizem. Conforme os autores, esse fenômeno desempenha um papel central na forma como interpretamos a realidade objetiva e processamos informações, uma vez que tendemos a aceitar com maior facilidade dados que corroboram nossas crenças preexistentes, enquanto informações dissonantes são frequentemente rejeitadas. Para os pesquisadores, o viés de confirmação explica por que as pessoas se apegam devotamente a crenças sem lastro com a factualidade e procuram qualquer traço de evidência para endossar seu desejo de estarem corretas, para não terem de rever um posicionamento.

A vulnerabilidade da população idosa a conteúdos desinformativos também tem relação com o baixo letramento midiático-informacional. Esse grupo etário, com menos vivência na internet e sem tanta disposição para acompanhar os avanços tecnológicos, tem maiores dificuldades para lidar com caça-cliques (clickbait), golpes virtuais (phishing) e montagens (deepfakes). Brashier e Schacter (2020) argumentam que a



suscetibilidade a conteúdos desinformativos nesse grupo social é elevada pelo hábito de confiar em informações compartilhadas por familiares, mesmo quando incorretas. Esse comportamento sinaliza que, embora os jovens tenham maior exposição a informações falsas por meio da vivência digital, os idosos tendem a ser mais vulneráveis à eclosão dessas notícias, uma vez que possuem reduzida fluência digital e menos habilidades críticas para verificar conteúdos enganosos ou falsos. A ausência de conhecimentos para avaliar criticamente as fontes de informação torna os idosos mais propensos a aceitar mensagens falsas como verdadeiras.

Brashier e Schacter (2020) apontam que os mais velhos ainda podem compartilhar notícias, dados e mensagens falsas, duvidosas e enganosas com propósitos sociais específicos, como, por exemplo, se integrar a um grupo de interesse (afetivo, religioso, político, identitário ou de outra ordem) por medo da solidão. Como se vê, as motivações para o compartilhamento de fake news por parte dos idosos são diversas, o que exige uma análise mais sistêmica, que considere todas as dimensões desse problema social.

De fato, a desinformação não é apenas um problema de letramento midiático ou de acesso à informação correta, mas de como os diferentes segmentos etários interagem e atribuem credibilidade às notícias e mensagens que consomem e compartilham no ecossistema digital. A seguir, apresentaremos dados referentes a um determinado grupo de idosos, que pode indicar caminhos para se pensar em estratégias de comunicação pública de mitigação aos efeitos da desinformação.

### 3. Resultados e discussão

Como mencionado anteriormente, aplicamos um questionário, formado por perguntas fechadas sobre hábitos comunicacionais, em 86 participantes, com mais de 60 anos, do projeto de extensão UAPI UNIFESP na cidade de Santos. O referido instrumento de pesquisa foi aplicado nos dias 4 e 11 de abril de 2025, dentro da aula “Desinformação, Educação midiática e cidadania digital” da mencionada atividade extensionista. Os dados a seguir buscam discutir a relação da população idosa e o ecossistema informativo, e servem de referência para a disponibilização de informações de qualidade aos idosos, considerando o complexo ambiente digital plataformizado.



A maior parte dos respondentes está na faixa de 65 a 70 anos, com 31,4%; e 60 a 65 anos, com 25,6%. Temos ainda no grupo investigado pessoas de 70 75 anos, com 22,1%; 75 a 80 anos com 14%; e mais de 80 anos com 7%. No que se refere a gênero, 79,1% dos idosos responderam “feminino” e 19,8% apontaram “masculino”.

Sobre a escolaridade do grupo pesquisado, observamos existir uma certa distribuição equitativa entre os diferentes graus de formação. A maior parte dos respondentes é do ensino superior completo, com 33,7%; do ensino médio completo, com 25,6%; e pós-graduação, com 14,5%. Ainda temos idosos com superior incompleto (10,5%); ensino fundamental completo (8,1%); ensino médio incompleto (4,7%); e ensino fundamental incompleto (3,5%). Esses dados representam uma parcela bem singular da população idosa, principalmente quando comparamos com pessoas mais velhas de lugares mais periféricos da Baixada Santista, no estado de São Paulo.

Quando indagados sobre qual meio de comunicação mais utiliza para ter acesso a notícias e informações, a maioria dos idosos apontou a TV, com 61,6%, como mostra a tabela 1. Os números mostram que, apesar do avanço das redes sociais como fonte principal para o acesso de conteúdos noticiosos por parte das pessoas, os telejornais, dos canais abertos ou fechados, ainda contam com uma audiência cativa da população idosa.

*Tabela 1. Questão: “Para ter acesso a notícias e informações, qual meio de comunicação você mais utiliza?”*

| Canal de Comunicação | Nº de Respondentes | %     |
|----------------------|--------------------|-------|
| Whatsapp             | 8                  | 9,3%  |
| Facebook             | 4                  | 4,7%  |
| Instagram            | 4                  | 4,7%  |
| X (Ex-Twitter)       | 3                  | 3,5%  |
| Tik Tok              | 0                  | 0,0%  |
| Telegram             | 0                  | 0,0%  |
| Kwai                 | 0                  | 0,0%  |
| Sites                | 9                  | 10,5% |
| Youtube              | 4                  | 4,7%  |
| Jornal impresso      | 0                  | 0,0%  |



|   |    |       |
|---|----|-------|
| Revista impressa                                | 0  | 0,0%  |
| TV (aberta e fechada)                           | 53 | 61,6% |
| Não tenho hábito de buscar notícias/informações | 1  | 1,2%  |

*Elaborado pelos Autores*

De acordo com a tabela 1, os sites aparecem em segundo lugar, com 10,5%; e o whatsapp 9,3% em terceiro na preferência dos participantes da UAPI/UNIFESP no que se refere a meio de comunicação utilizado para ter acesso à informação. Em seguida, os mais citados foram Facebook, Instagram e Youtube, ambos com 4,7%. Esses números chamam a atenção, uma vez que levantamentos recentes<sup>4</sup> indicam que o Youtube e o Instagram são as plataformas digitais mais utilizadas pelos brasileiros para se informar.

Já que, atualmente, uma das maiores dificuldades para a compreensão do mundo é a hiperinformação (Han, 2017), os idosos foram indagados na pesquisa os sentimentos causados pelo excesso de informação. O gráfico 1 mostra que as opções mais citadas pelo grupo investigado foi “cansaço” com 32,6%; e “ansiedade” com 30,2%. Em seguida, temos “conforto” com 9,3%; e “angústia” com 7,0%. As alternativas “outra sensação” e “não sei responder” aparecem com 5,8% e 15,1%, respectivamente. O excesso informativo dificulta a escolha das pessoas entre tantas ofertas comunicacionais. A abundância de dados e mensagens – verdadeiros ou não – torna difícil a busca por fontes idôneas e orientações confiáveis quando se precisa, como se observou durante os momentos mais críticos da pandemia da Covid-19 (Oliveira; Colpo, 2021).

<sup>4</sup> O Digital News Report 2025, divulgado pelo Instituto Reuters para o Estudo do Jornalismo, mostrou que o Youtube e o Instagram são as plataformas digitais preferidas dos brasileiros para se informar, com 37% dos entrevistados no país. Logo na sequência vêm o WhatsApp, usado por 36% dos brasileiros como fonte de informação. Em seguida vieram: Facebook (28%), TikTok (18%) e X (9%). O estudo está disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2025>. Acesso em 9 out. 2025.

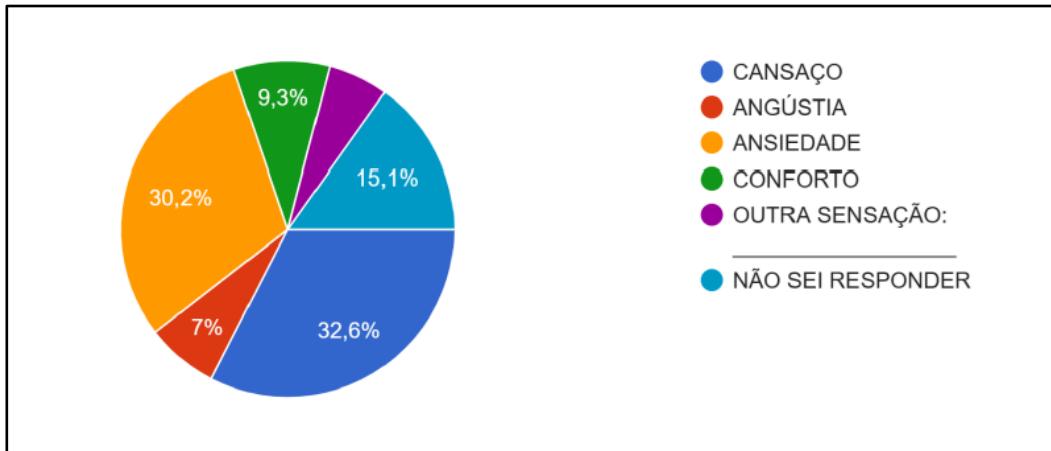


Gráfico 1. Questão: O que te causa o excesso de informação hoje em dia?  
Elaborado pelos autores

No gráfico 2, a pesquisa investiga se os idosos, em geral, antes de compartilharem uma informação, verificam se é verdadeira ou não. Os dados revelam que a maioria (60,5%) dos respondentes adota a verificação como prática. No entanto, um número significativo de pesquisados (22,1%) afirmou que não verifica a veracidade da informação antes de compartilhar. Os dados ainda mostram que 17,4% do grupo não compartilha informações no ambiente digital.

Quando se verifica que a maior parte dos idosos checa a veracidade de um conteúdo antes de compartilhar no ambiente digital, é possível afirmar que, mesmo sem o devido letramento digital, é possível adotar um comportamento responsável, crítico e ético nas plataformas de mídias sociais. No entanto, como se observa no gráfico 3, 35,3% do grupo pesquisado afirma que já compartilhou algum conteúdo falso nas redes sociais por engano.

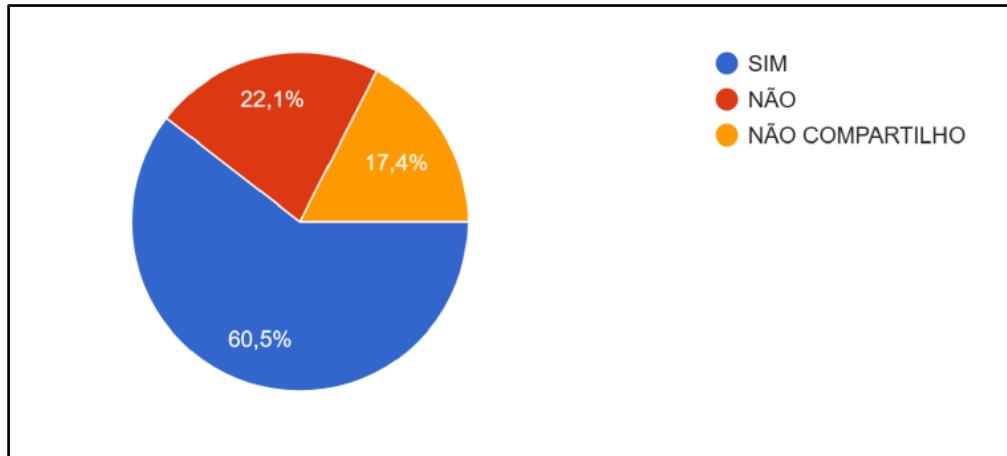


Gráfico 2. Questão: Em geral, antes de compartilhar uma informação, você verifica se ela é verdadeira?  
Elaborado pelos autores

O gráfico 3 mostra também que 47,1% dos participantes da UAPI/UNIFESP nunca compartilharam conteúdo falso nas redes sociais por engano. A alternativa “não sei” é apontada por 17,6% do grupo pesquisado. Esses números sugerem que ainda é comum o envio equivocado de informações e notícias fraudulentas no ambiente digital, mesmo com as recorrentes campanhas de combate à desinformação realizadas por órgãos públicos (Silva, 2020) e pela própria imprensa profissional, além do trabalho das agências de checagem de fatos (Graves, 2016).

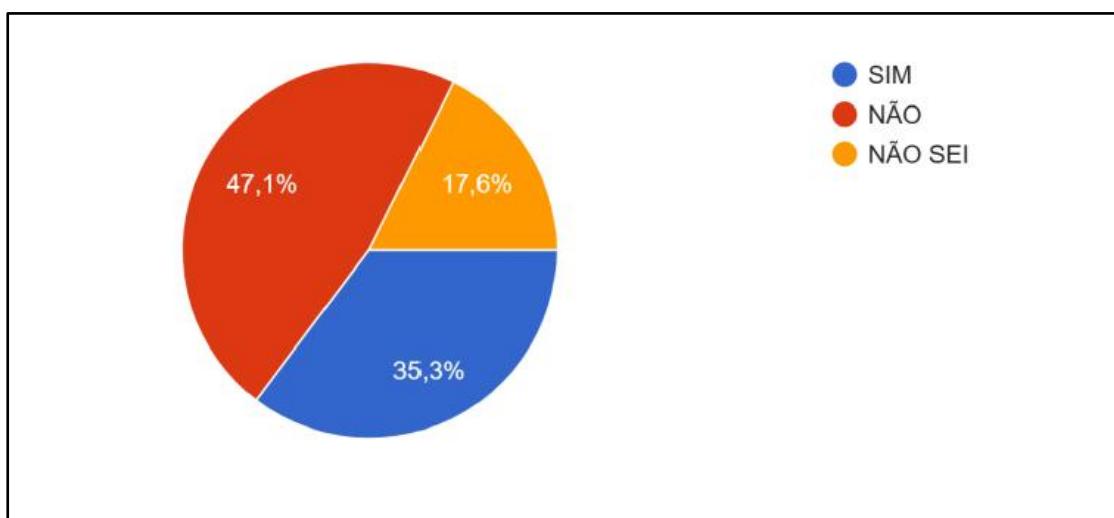


Gráfico 3. Questão: Você já compartilhou algum conteúdo falso nas redes sociais por engano?  
Elaborado pelos autores



No gráfico 4, apresentamos a pergunta que investiga os fatores de confiabilidade de uma determinada informação no ambiente digital. A maioria dos respondentes, mais precisamente 75,6%, assinalou a alternativa “a fonte que publicou a informação” como aspecto mais importante para julgar se uma informação é confiável. O índice contraria trabalhos anteriores que apontam a rede de afetos e de vínculos como fator preponderante para confiar nos conteúdos distribuídos na internet (Brashier; Schacter, 2020), apenas 14% do grupo pesquisado escolheu a opção “A pessoa que enviou a informação”. A alternativa “Não sei” foi assinalada por 10,5% dos participantes do estudo.

O elevado número de idosos que apontou que a fonte que publicou a informação é o fator mais importante para a confiabilidade de um determinado conteúdo informativo sugere que, mesmo com a escalada da crise de credibilidade das instituições de autoridade (ciência, imprensa, justiça e Estado), a maior parte do grupo pesquisado confia nessas tradicionais organizações, considerando que essa fonte pode ser um jornal ou o governo federal, ou mesmo um especialista de reputação irretocável.

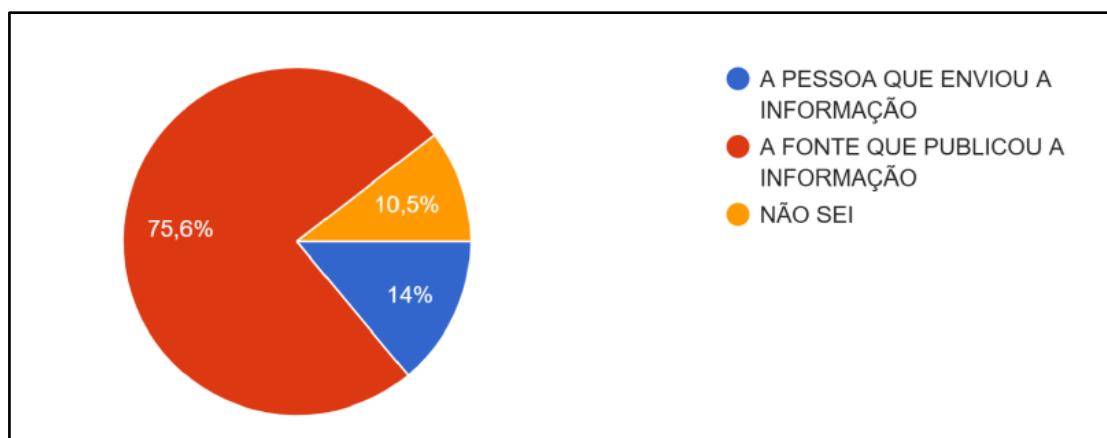


Gráfico 4. Questão: “O que é mais importante para saber se uma informação é confiável?”  
Elaborado pelos autores

No gráfico 5, a pesquisa se concentra na investigação acerca das capacidades analíticas dos sujeitos da pesquisa no que se refere à identificação de um determinado conteúdo falso ou impreciso na internet ou nas redes sociais. Os dados mostram que a maioria dos respondentes assinalou a alternativa “parcialmente capaz”, com 59,3%. Já 31,4% do grupo investigado apontou a opção “não me sinto capaz de identificar”, ou seja, são vulneráveis a informações e notícias fraudulentas em circulação no ecossistema midiático. Ainda sobre essa questão, apenas 1,2% se consideram totalmente capazes de

reconhecer um conteúdo desinformativo, o que reforça o argumento de que é preciso desenvolver projetos específicos de educação para esse segmento etário. Também tivemos 8,1% apontando a opção “não sei responder”.

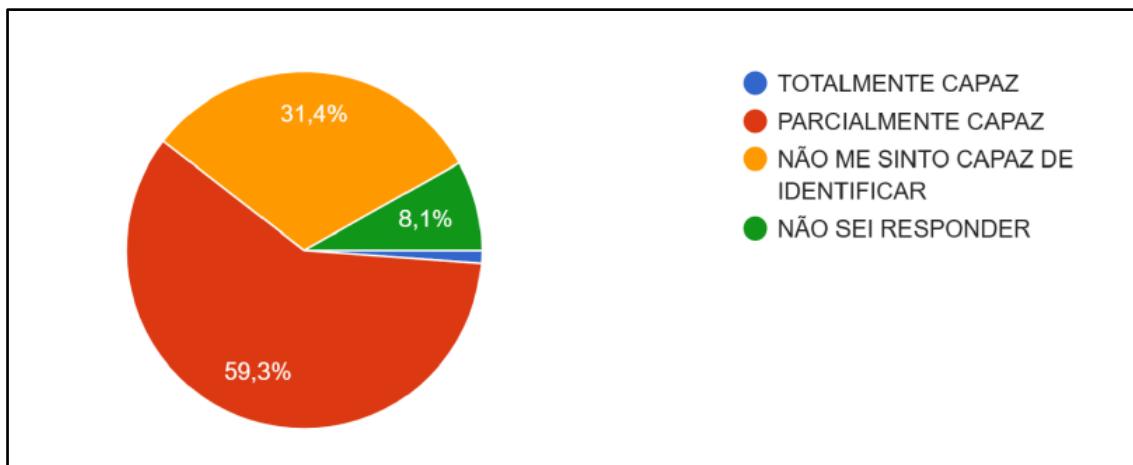


Gráfico 5. Questão: “O quanto você se sente capaz de identificar um determinado conteúdo falso ou impreciso na internet ou nas redes sociais?”.

Elaborado pelos autores

Por fim, o gráfico 6 versa sobre a fonte mais confiável para verificar se uma informação é verdadeira ou não na opinião dos participantes do estudo. Essa questão se relaciona diretamente com a proposta central do artigo, uma vez que apresentamos como opções dois agentes ligados à comunicação pública: autoridades governamentais e sites de governo.

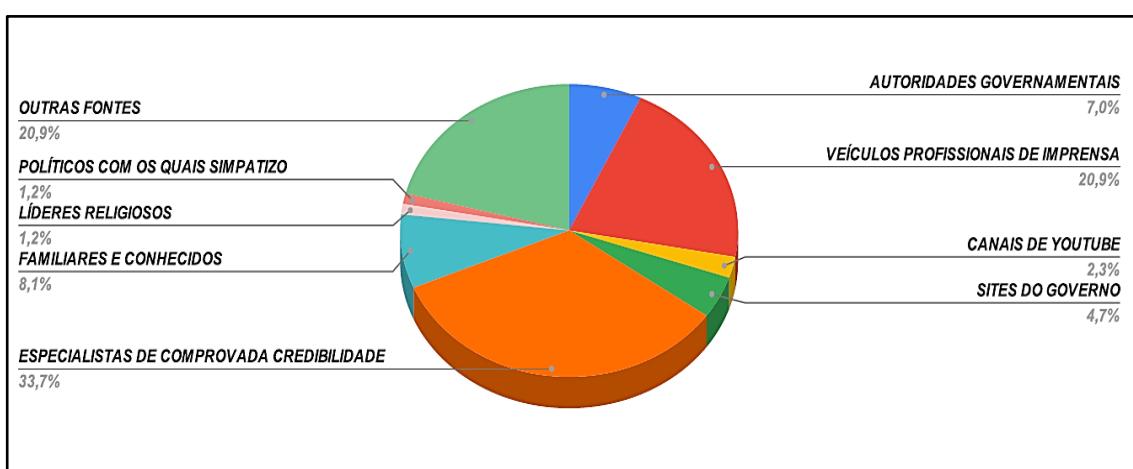


Gráfico 6. Questão: “Para você, qual é a fonte mais confiável para se verificar se uma informação é verdadeira ou não?”.

Elaborado pelos autores



As fontes consideradas pelo grupo investigado mais confiáveis são os especialistas de comprovada credibilidade, com 33,7%; e os veículos profissionais de imprensa, com 20,9%. Esses números revelam que os idosos participantes do presente estudo relacionam confiabilidade informativa com conhecimento técnico. Os familiares e conhecidos, que apresentam laços mais fortes com os mais velhos, só aparecem com 8,1%, bem distantes dos especialistas e dos canais jornalísticos. Os participantes da UAPI/UNIFESP também citam canais de Youtube, com 2,3%; líderes religiosos, com 1,2%; políticos com os quais simpatizo, com 1,2%; e outras fontes de informação com 20,9%. As páginas do Facebook, tão acessadas por parcela significativa dos mais velhos, não receberam nenhuma menção no presente levantamento.

#### **4. Estratégias de comunicação pública para os idosos**

Como assinalado anteriormente, a desinformação atrasa políticas públicas, manipula percepções, enfraquece a ciência e coloca vidas em risco, o que exige uma articulação conjunta para o enfrentamento desse problema. Ao discutir especificamente a população idosa, é preciso considerar a significativa heterogeneidade desse segmento populacional, em termos de cognição, sociabilidade, mobilidade, condição financeira, entre outros fatores. A imagem jocosa do “tiozão do zap”, popularmente consagrada nas redes sociais, simplifica o problema, ao associar imediatamente o idoso ao hábito de compartilhar conteúdo falso nas plataformas digitais ou de acreditar em mensagens colocadas em circulação nos aplicativos de mensagens.

Os estudos mencionados no referencial teórico sinalizam que a população idosa está mais suscetível ao consumo de desinformação devido a diferentes razões, tais como menor letramento midiático e confiança na imprensa profissional; a não familiarização com os ambientes digitais, como sites e redes sociais, onde circula grande volume de conteúdo falso, duvidoso ou enganoso é prevalente. Além disso, a falta de habilidades para analisar criticamente as fontes noticiosas os torna mais vulneráveis a aceitar dados e mensagens falsas como verídicas.

Diante dos dados apresentados anteriormente e, à luz da reflexão teórica sobre velhice e comunicação pública, formulamos três propostas para a oferta de informação de qualidade para a população idosa:



## I) Adoção de Linguagem Simples:

A comunicação no setor público deve adotar uma linguagem simples, também denominada linguagem clara, que se trata de um “conjunto de práticas que facilitam a leitura e a compreensão de textos” (Fischer, 2018, p. 14). Ao empregar essa modalidade de comunicação acessível, o Estado precisa evitar jargões da administração pública e termos excessivamente técnicos, de modo a facilitar a compreensão da população idosa.

Ao adotar expressões mais universais e comuns, a comunicação pública pode transmitir informações de interesse público de maneira simples e objetiva. Como acentua Fischer, tendo a clareza como propósito, a preocupação é escolher palavras mais familiares, estruturar as frases de ordem direta e investir em sites oficiais com um design mais responsável e acessível. Com isso, o idoso tende a localizar com maior agilidade a informação de que precisa, entendê-la e utilizá-la no seu dia a dia.

Com a adoção da linguagem simples, a comunicação pública, em seus diferentes canais, procura evitar expressões incompreensíveis e que não fazem parte do universo da maioria dos cidadãos. Se for inevitável o emprego de um determinado termo técnico, como, por exemplo, “inexigibilidade de licitação”, é recomendável explicá-lo dentro do contexto da gestão pública, de modo que todos, independentemente de classe social, idade ou escolaridade, entendam o que significa a nomenclatura na prática.

Nesse sentido, a linguagem simples dialoga com a noção de integridade da informação, uma vez que, como ressalta Santos (2024), esse conceito tem relação com a garantia de que as informações divulgadas sejam baseadas em evidências, livres de manipulações e distorções, e que sejam acessíveis à sociedade de maneira clara e compreensível.

## II) Implantação de Projetos de Educação Midiática:

Os diferentes órgãos públicos devem elaborar projetos de educação midiática<sup>5</sup> com o objetivo de fazer com que os mais velhos possam avaliar criticamente informações sobre assuntos de interesse público, como saúde, economia, meio ambiente, previdência social, entre outros. Como dito anteriormente, a população idosa é mais suscetível ao

<sup>5</sup> A Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República elaborou um repositório de publicações de educação midiática voltadas à pessoa idosa. Os materiais estão disponíveis em: <https://www.gov.br/secom/pt-br/assuntos/educacao-midiatica/repositorio-geral/pessoa-idoso>.



consumo de conteúdos desinformativos, o que pode comprometer fortemente o entendimento desse grupo etário sobre políticas públicas e ações governamentais.

Brashier e Schacter explicam que adultos mais velhos, com menos “laços fracos” nas redes sociais, presumem que o conteúdo compartilhado por familiares e conhecidos é verídico. Sem familiaridade com o ecossistema digital, que se transforma permanentemente, os idosos tendem a acreditar mais na opinião de pessoas de conhecidos do que os mais jovens. Desse modo, projetos de educação midiática, desenvolvidos por organizações públicas, precisam considerar os afetos (respeito, empatia, entre outros) no desenvolvimento das atividades formativas, buscando elevar a resiliência desse grupo etário a conteúdos falsos, duvidosos e enganosos.

Arantes (2022), ao elaborar um guia de comunicação com pessoas velhas do campo, argumenta que é preciso considerar a escolaridade e o tipo de acesso aos meios de comunicação, do contrário, as possibilidades do diálogo serão baixas ou quase nulas. Partindo dessa premissa, é importante que projetos de educação midiática não se concentrem apenas no ambiente digital (sites, redes sociais e aplicativos de mensagens, ignorando a TV, o rádio e as publicações impressas. A formação de um idoso crítico, ético e responsável passa pela compreensão do sistema de comunicação em sua totalidade, seus formatos e vieses.

Moore e Hancock (2022) analisaram o projeto de intervenção “MediaWise for Seniors”, que tinha como objetivo central desenvolver as habilidades dos idosos para distinguir fatos de boatos, e orientar esse grupo para a identificação de informações falsas compartilhadas nas plataformas digitais. Os autores concluíram que as atividades de educação midiática são uma estratégia viável para auxiliar os mais velhos a melhorar sua capacidade analítica, o que é fundamental hoje, considerando que cada vez mais a população idosa é objeto de sistemas desinformativos e de outros atores maliciosos online.

Independentemente da ferramenta ou da linguagem empregada no projeto de letramento midiático-informacional para os idosos, é necessário inicialmente promover uma reflexão crítica sobre a circulação de dados e notícias nos meios de comunicação. Para além das seções de checagem de fatos e de perguntas e respostas nos sites oficiais, as instituições públicas devem elaborar conteúdos que ressaltem as implicações éticas e



legais de uma mentira no debate público ou na reputação de uma determinada pessoa (Recuero, 2024).

### III) Fomento à Comunicação Estratégica:

A comunicação pública, como campo interdisciplinar, engloba uma série de conceitos e princípios fundamentais para aproximar governos, instituições do Estado e sociedade (Duarte, 2011). Em virtude disso, a comunicação pública é estratégica para contribuir na construção de políticas de comunicação específicas para a população idosa e no enfrentamento à desinformação nesse segmento etário.

A fim de fortalecer a oferta de informações baseadas em dados confiáveis, científicos e acessíveis, disponibilizados em diferentes formatos (online e offline), a comunicação pública pode incorporar a técnica da “inoculação”, em que se expõe preventivamente as pessoas a conteúdos e formas de informação falsas ou duvidosas, a fim de gerar imunidade duradoura. No caso da gestão pública, os canais de comunicação produzem, de modo antecipado, explicações precisas e completas sobre assuntos de interesse público, que apresentem potencial para futuras campanhas de desinformação. Com isso, espera-se que a audiência seja preparada, de modo a ficar resiliente a conteúdos falsos e enganosos.

Esse método profilático, também chamado de filtro preventivo ou de prebunking, é utilizado pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE) no Brasil. O órgão da justiça publica uma série de informações contextualizadas e factuais sobre a integridade do sistema eleitoral brasileiro, a eficiência das urnas eletrônicas e o papel da instituição na aplicação da legislação eleitoral. Sem dúvida, a iniciativa do TSE não consegue coibir a inundação de boatos sobre o processo eleitoral, mas possibilita, ao menos, uma contranarrativa em tempo real. Como acentua Gomes (2024), a eclosão de fake news voltada para atingir agentes políticos numa eleição costuma ser decisiva e comprometer irremediavelmente a equidade na disputa entre candidatos e partidos.

Tanto o monitoramento do ecossistema midiático digital (sites, redes sociais e aplicativos de mensagens), quanto as demandas encaminhadas pelos canais da Ouvidoria e os pedidos feitos pela Lei de Acesso à Informação (LAI) podem servir de base para a produção de conteúdo preventivo. Esse processo de prebunking atua em duas modalidades: 1) baseada em fatos: informa os cidadãos sobre narrativas falsas ou



duvidosas sobre tópicos específicos; e 2) baseada em técnicas: destaca as diferentes formas utilizadas para enganar as pessoas, como falsos dados técnicos e especialistas impostores.

Com essas três propostas, elaboradas no âmbito da comunicação pública, associadas a iniciativas de outras esferas, espera-se que a população idosa desenvolva comportamentos responsáveis, éticos, e conscientes na hora de acessar e compartilhar informações no ecossistema midiático digital.

## Considerações Finais

Os dados da pesquisa sugerem que parte significativa dos idosos, mesmo que imersa ao mundo digital, apresenta dificuldades para identificar se uma informação é falsa, enganosa ou retirada do contexto. Ao final do estudo, verifica-se também que nem autoridades governamentais nem sites de instituições do Estado são as principais fontes para verificação de uma informação dos idosos investigados, o que sugere uma lacuna a ser preenchida pelos canais de comunicação pública.

A qualidade do debate público, mediado entre Estado, sociedade e mídia, é afetada pela eclosão de conteúdos fraudulentos, duvidosos e enganosos. Assim, a desinformação desafia os gestores públicos ao interferir no planejamento e na execução de ações governamentais. Entre os principais efeitos do ecossistema desinformativo na administração pública, estão: investimentos públicos em insumos sem eficácia, decisões do judiciário baseadas em fatos inverídicos, corrosão da credibilidade das instituições e perda da percepção coletiva da realidade (Silva; Vaz, 2024). Daí a importância de ser pensar em estratégias de comunicação pública para ofertar informação de qualidade para a pessoa idosa, potencialmente a mais vulnerável.

Pensando nas propostas apresentadas na seção anterior, podemos afirmar que a educação midiática, ao considerar a importância do pensamento crítico, pode avançar na formação dos idosos, auxiliando-os a refletir sobre o trato ético e consciente da informação e da opinião no ecossistema midiático. É preciso desenvolver estratégias inovadoras de enfrentamento aos sistemas desinformativos, no contexto da velhice. Para isso, é necessário fomentar iniciativas que ampliem o alcance de conteúdos relevantes, combatam a desinformação e fortaleçam a comunicação acessível e inclusiva.



Quando temos cidadãos bem-informados, seja qual idade for, acerca de direitos e deveres, previstos na Constituição Federal de 1988, as chances são maiores de termos um debate público qualificado sobre políticas sociais (Sales; Ruiz, 2009). Do contrário, teremos pessoas moduladas pelo senso comum e por informações falsas, duvidosas e enganosas, que reforçam preconceitos e dificultam o trabalho dos formuladores de políticas públicas.

## REFERÊNCIAS:

ARANTES, Rosely F. M. Comunicação em Vigilância em Saúde no Enfrentamento à Covid-19: Um Estudo sobre as Estratégias Direcionadas às/-aos Velhas/Os Agricultoras/Es Familiares do Campo em Pernambuco. 160 f. 2022. (Dissertação) Mestrado Profissional em Políticas Públicas em Saúde - Fundação Oswaldo Cruz, Recife, 2022.

ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. Integridade da informação: um novo conceito para o estudo da desinformação. **Revista Comunicação Midiática** (Online), v. 19, p. 165-184, 2024.

ARONSON, Elliot; ARONSON, Joshua. **O animal social**. São Paulo: Goya, 2023.

BHASKAR, M. **Curadoria**: o poder da seleção no mundo do excesso. São Paulo: Edições Sesc, 2020.

BRASHIER, N.; SCHACTER, D. L. Aging in an Era of Fake News. *Current Directions in Psychological Science*, 29(3), 316-323, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1177%2F0963721420915872>. Acesso em: 22 abr. 2024.

BRASIL. Ministério do Planejamento e Orçamento. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2023. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua, 2024. Disponível em: [https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv102107\\_informativo.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv102107_informativo.pdf). Acesso em: 05 mar. 2025.

BUCKINGHAM, David. **Manifesto pela educação midiática**. São Paulo: Edições Sesc, 2022.

CRARY, Jonathan. **Terra arrasada**: Além da era digital, rumo a um mundo póscapitalista. São Paulo: Ubu, 2023.

DA EMPOLI, Giuliano. **Os engenheiros do caos**: como as fake news, as teorias da conspiração e os algoritmos estão sendo utilizados para disseminar ódio, medo e influenciar eleições. São Paulo: Vestígio, 2020.

DEMURU, Paolo. **Políticas do encanto**: extrema direita e fantasias de conspiração. São Paulo: Elefante, 2024.

DUARTE, Jorge. Instrumentos da comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação pública**: estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2011.



ECKER, Ullrich K.H. et al. The psychological drivers of misinformation belief and its resistance to correction. *Nature Reviews Psychol*, v. 1, 13–29, 2022. Disponível em: <https://www.nature.com/articles/s44159-021-00006-y>. Acesso em 26 abr. 2023.

FISCHER, Heloisa. **Clareza em textos de e-gov, uma questão de cidadania**: Subsídios do movimento mundial pela linguagem clara para facilitar a compreensão de textos que orientam cidadãos em ambientes de governo eletrônico. Rio de Janeiro: Com Clareza, 2018.

FISHER, Max. **A máquina do caos**: Como as redes sociais reprogramaram nossa mente e nosso mundo. São Paulo: Todavia, 2023.

GOMES, W. **Transformações da política na era digital**. São Paulo: Paulus, 2024.

GRINBERG, N. et al. Fake news on Twitter during the 2016 U.S. presidential election. *Science*, 363 (6425), pp. 374-378, 2019.

GRAVES, Lucas. **Deciding what's true: the rise of political fact-checking in American journalism**. New York: Columbia University Press, 2016.

GUESS, A.; NAGLER, J. ; TUCKER, J. Less than you think: Prevalence and predictors of fake News dissemination on Facebook. *Science Advances*, Washington, v. 5, n.1, jan. 2019. Disponível em: <https://advances.sciencemag.org/content/5/1/eaau4586>. Acesso em 23 set. 2025.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade da transparência**. Petrópolis: Vozes, 2017.

KLIMOVA, B. et. al. Enriching Learning Experiencia - Older Adults and their use of the internet. *Lecture Notes in Computer Science*, v. 10949. Springer, 2018. Disponível em: <https://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-3-319-94505-7>. Acesso em 20 set. 2023.

LEWANDOWSKY, Stephan; VAN DER LINDEN, Sander. Countering Misinformation and Fake News Through Inoculation and Prebunking. *European Review of Social Psychology*, [s. l.], v. 32, n. 2, p. 348-384, 2021.

MOORE, Ryan C.; HANCOCK, Jeffrey T. A digital media literacy intervention for older adults improves resilience to fake news. *Scientific Reports*, v. 12, n. 6008, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1038/s41598-022-08437-0>. Acesso em: 12 set. 2025.

OLIVEIRA, Maria Lívia Pacheco de; COLPO, Caroline Delevati. Comunicação organizacional e desinformação: uma reflexão sobre comunicação pública no Brasil durante a pandemia da covid-19. **Organicom**, São Paulo, Brasil, v. 18, n. 37, p. 49–61, 2021.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE SAÚDE. **Guia Global: cidade amiga do idoso**. Genebra: Organização Mundial da Saúde, 2008.

PILATI, Ronaldo. **Ciência e pseudociência**: porque acreditamos naquilo em que queremos acreditar. São Paulo: Contexto, 2018.

PORFÍRIO, Elisângela; BOTTONI, Andrea. Inclusão digital como agente transformador na autonomia social, saúde e qualidade de vida na longevidade. *Brazilian Journal of Health Review*, v. 4, p. 20718-20737, 2021.



RECUERO, Raquel. **A rede de desinformação: sistemas, estruturas e dinâmicas nas plataformas de mídias sociais**. Porto Alegre: Sulina, 2024.

SANCHEZ, Cristiane Sinimbu. O bem versus o mal: fake news como arma das batalhas morais em disputa nas guerras culturais. Curitiba, 2025. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação – Universidade Federal do Paraná, 2025.

SALES, Mione A.; RUIZ, Jefferson L.S. (orgs.). **Mídia, Questão Social e Serviço Social**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2009.

SILVA, Ergon C. M.; VAZ, José C. How disinformation and fake news impact public policies?: A review of international literature. **arXiv e-prints**, arXiv-2406, 2024.

SILVA, Maria Liduína de Oliveira et. al. Por uma universidade aberta à participação do idoso. **Serviço Social & Saúde**, v. 14, p. 27-38, 2015.

SILVA, Michel Carvalho da. A comunicação pública no enfrentamento à desinformação: estratégias e rupturas no contrato comunicacional do Senado no Facebook. Santo André, 2021. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-graduação em Ciências Humanas e Sociais - Universidade Federal do ABC, 2021.

SILVA, Michel Carvalho da. A comunicação legislativa e a agenda pública: A campanha do Senado contra a desinformação. **Agenda Política**. v.8, p.145-162, 2020.

SILVA, Michel Carvalho da. As tecnologias de comunicação na memória dos idosos. **Serviço Social & Sociedade**, São Paulo, n. 126, p. 379-389, Mai/Ago, 2016.

UNITED NATIONS. **Our Common Agenda – Policy Brief 8: Information Integrity on Digital Platforms**. 2023. Disponível em <<https://indonesia.un.org/en/236014-our-common-agenda-policy-brief-8-information-integrity-digital-platforms>>. Acesso em: 07 jun. 2024.

VOSOUGHI, Soroush; ROY, Deb; ARAL, Sinan. The spread of true and false news online. **Science**, [S. l.], v. 359, n. 6380, p.1146–1151, 2018. Disponível em: <https://news.1242.com/article/148290>. Acesso em: 13 set. 2025.

ZIMERMAN, Guite I. **Velhice: aspectos biopsicossociais**. Porto Alegre: Artmed Editora, 2000.