

Professores e Internet nas escolas: um teste da Hipótese do Efeito de Terceira Pessoa¹

Daniela Silva²

Jussara Borges³

Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA

RESUMO

A hipótese do efeito de terceira pessoa (ETP) descreve o fenômeno de os indivíduos superestimarem a influência de mensagens midiáticas socialmente indesejáveis ou negativas sobre os outros (terceiros) e de subestima-las sobre si mesmos. Componentes e variáveis ajudam na compreensão dessa hipótese que integra os estudos das teorias da Comunicação. Neste artigo, prioriza-se os componentes perceptual e comportamental, com o objetivo de testar o ETP entre professores do Ensino Fundamental II e do Ensino Médio que participaram de uma *survey* on-line. Um grupo de educadores foi exposto a uma notícia negativa sobre o uso da internet na escola e outra parte a uma notícia positiva. A amostra contou com 201 participantes. Entre as conclusões, confirmou-se a hipótese principal do ETP, mas não a hipótese de primeira pessoa. As demais hipóteses foram parcialmente comprovadas.

PALAVRAS-CHAVE: Teorias da Comunicação; Efeito de terceira pessoa; Media Effects; Internet; Escola.

1 INTRODUÇÃO

O acesso à internet é considerado indispensável para o desenvolvimento humano no século XXI, segundo as Nações Unidas. Consta, inclusive, nas metas da Agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável, pactuada por 193 países, entre eles, o Brasil⁴. Embora o acesso não seja pré-requisito único para a apropriação das tecnologias de informação e comunicação (TIC), é reconhecido como condição para o enfrentamento das desigualdades socioeconômicas na América Latina e Caribe⁵.

¹ Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. Integrante do Grupo de Estudos Comunicação, Política e Redes Digitais (CP-Redes). Bolsista CNPQ. E-mail: daniela.assis@ufba.br.

² Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia.

³ Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. Pós-doutoramento pela Universidad Carlos III de Madrid, Espanha. Docente permanente nos Programas de Pós-Graduação em Ciência da Informação e Comunicação e Cultura Contemporâneas, ambos na Universidade Federal da Bahia, Brasil. E-mail: jussarab@ufba.br.

⁴ Uma das metas (9.c) prevê “aumentar significativamente o acesso às tecnologias de informação e comunicação e trabalhar para tornar a internet universal a um preço acessível nos países menos desenvolvidos até 2020”. Ver <https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/>. Acesso em 07/12/2018.

⁵ BARBOSA, Alexandre. Banda larga no Brasil: um estudo sobre a evolução do acesso e da qualidade das conexões à internet. São Paulo: CGI.br, 2018.

No Brasil, os desafios dessa universalização ainda são significativos. Pesquisa do Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br) mostra que 39% dos domicílios ainda não possuem qualquer tipo de conexão à internet, ou seja, 27 milhões de residências continuam desconectadas⁶.

Nas escolas brasileiras, a conectividade também está longe de ser assegurada a todas e todos. Políticas públicas têm sido implementadas desde a década de 1990 para ampliar o acesso às TIC nas escolas do país⁷, sendo a mais recente lançada em 2017: Política Inovação Educação Conectada⁸.

Desde 2008, o Brasil conectou quase 100 mil escolas públicas, sendo que apenas 41% das unidades escolares situadas em áreas urbanas possuíam conexão de banda larga via cabo ou fibra ótica (BARBOSA, 2018). Outro dado que ajuda a entender esse cenário desafiador da internet nas escolas é que apenas 37% dos alunos de escolas públicas e 50% dos alunos de unidades particulares citam a escola como local de acesso à internet, segundo a TIC Educação 2017⁹.

A despeito das fragilidades em termos de políticas públicas que assegurem as condições para a universalização da internet, seja nos domicílios ou em instituições públicas como a escola, meninas e meninos driblam esses percalços e estão imersos na cultura digital, descobrindo as múltiplas facetas da internet. “A internet é um ambiente, uma incubadora de instrumentos de comunicação e não uma mídia de massa, no sentido corrente do termo” (LEMOS, 2003, p.15).

De acordo com a Pesquisa TIC Kids Online Brasil 2017¹⁰, cerca de oito em cada dez crianças, adolescentes e jovens¹¹ (de 9 a 17 anos) são usuários de internet, o que corresponde a 82% ou 24,3 milhões de meninas e meninos. Os resultados apontam o celular como principal dispositivo móvel para acessar a internet por 91% do total de pesquisados nessa faixa etária em 2016.

⁶ Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros: TIC Domicílios. São Paulo: CGI.br, 2017.

⁷ Alguns exemplos: em 1997, o Programa Nacional de Informática na Educação (ProInfo); em 2008, o Programa Banda Larga nas Escolas (PBLE).

⁸ Mais informações sobre a Política Inovação Educação Conectada em: <http://portal.mec.gov.br/ultimas-noticias/211-218175739/57731-politica-de-educacao-conectada-levara-internet-de-alta-velocidade-a-escolas-publicas-ate-2024>. Acesso em 01/12/2018.

⁹ Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nas escolas brasileiras [livro eletrônico]: TIC educação 2016. São Paulo: CGI.br, 2017.

¹⁰ TIC Kids Online Brasil: pesquisa sobre o uso da internet por crianças e adolescentes no Brasil 2016. São Paulo: CGI.br, 2017.

¹¹ Segundo o Estatuto da Criança e do Adolescente, é considerada criança a pessoa com menos de 12 anos e adolescente corresponde à faixa de 12 a 17 anos. Já o Estatuto da Juventude delimita como faixa etária para os jovens de 15 a 29 anos.

Reconhecendo a internet como um ambiente (LEMOS, 2003), o seu acesso por estudantes pode proporcionar experiências educativas ou não. A pesquisa TIC Kids Online Brasil 2017 revela que 41% dos usuários de internet de 9 a 17 anos declararam ter visto alguém ser objeto de discriminação na internet.

Adolescentes entre 15 e 17 anos (53%) foram os mais expostos a conteúdos de natureza agressiva na rede, como discriminação de cor ou raça (24%), de aparência física (16%), ou por conta de sua orientação sexual e relacionamento com pessoas do mesmo sexo (13%). De acordo com a pesquisa TIC Educação 2017, 40% dos professores já ajudaram algum aluno exposto a conteúdos online relacionados a *bullying*, discriminação, assédio e disseminação de imagens sem consentimento.

A pesquisa também analisou o uso da internet pelos professores e constatou que apenas 40% dos que são usuários de internet realizam exercícios com os estudantes utilizando o computador e a internet. Quando perguntados se interagem com os estudantes pela internet (como tirar dúvidas online), apenas 36% dos professores de escolas públicas e 66% dos professores de escolas particulares afirmaram que sim.

Esse tema do uso da internet em ambiente escolar está em constante debate e o consenso ainda muito distante.

Existe hoje uma grande maioria das escolas que ainda impede o uso das redes wi-fi por alunos. O acesso está restrito à gestão escolar. Isso mostra que a escola ainda precisa dar alguns passos para consolidar a cultura digital. Os alunos já têm essa cultura inserida na vida cotidiana, porém, quando chegam na escola, ela não está presente (BARBOSA, 2017)¹².

Pesquisas e outras notícias relacionadas à internet são publicadas nas diferentes mídias constantemente, incluindo relatos de vivências e experiências positivas e negativas do uso da internet. Quando acessam os conteúdos midiáticos, as pessoas processam cognitivamente as mensagens e podem tanto expandir suas perspectivas, reafirmar o que pensam a respeito ou refutar o conteúdo e até mesmo reagir no sentido de adotar novas atitudes e comportamentos, inclusive, no sentido de regular ou mesmo censurar a comunicação.

Os efeitos sociais e individuais das mensagens midiáticas são objeto de estudo de várias teorias e hipóteses da Comunicação. Entre as abordagens teóricas-metodológicas

¹² Entrevista com Alexandre Barbosa, gerente do Cetic.br, disponível em: <http://www.tribuna.com.br/noticias/noticias-detalle/economia/pesquisa-revela-que-nove-em-cada-dez-criancas-e-jovens-acessam-a-internet-por-smartphones/?cHash=bc8f5963ff99dbc3e9fd2e3934388ddb>. Acesso em 12.12.2018.

mais consistentes que sustentam pesquisas contemporâneas sobre os efeitos midiáticos (*media effect*) está a hipótese do efeito de terceira pessoa - ETP (*third-person effect* - TPE). Optou-se então, neste artigo, por um teste empírico do ETP a partir do tema sobre o uso da internet nas escolas com professores de Ensino Fundamental II e Ensino Médio.

2 Efeito de Terceira Pessoa

A todo o instante, fazemos julgamentos sobre os conteúdos disponibilizados pelos diferentes ambientes midiáticos e sobre os efeitos dessas mensagens na audiência. Em períodos de eleição presidencial, por exemplo, é comum ouvir comentários que tal veículo de comunicação está manipulando a audiência a favor de determinado candidato em detrimento de outro.

Sem entrar no mérito aqui se existem mídias tendenciosas ou não, o fato é que as pessoas podem pautar suas avaliações dos conteúdos midiáticos impulsionadas apenas pela emoção, pela própria percepção influenciada pelo senso comum, referências familiares, religiosas, entre outras, e não baseadas em estudos científicos. Mas como ir além do “achismo”?

As teorias e hipóteses da Comunicação têm sido aperfeiçoadas há quase um século e têm disponibilizado meios, cada vez mais sofisticados, de entender os chamados efeito de mídia (*media effects*). Estudiosos e pesquisadores já desenvolveram teorias robustas que permitem a compreensão de fenômenos instigantes dessa relação entre meios de comunicação de massa e suas audiências. Dentre as várias possibilidades, a hipótese do efeito de terceira pessoa (ETP) se tornou um dos modelos teórico-metodológicos mais reconhecidos no campo dos estudos dos efeitos da comunicação.

Concebida pelo sociólogo W. Philips Davison, em 1983, a hipótese do efeito de terceira pessoa inova ao focar não nos efeitos reais da mensagem e, sim, nos efeitos presumidos, imaginados pelo receptor de um determinado conteúdo midiático sobre a audiência. O indivíduo acredita que a mensagem terá efeito mais forte sobre os outros (terceiros) do que sobre si (ele próprio).

É preciso ressaltar, entretanto, que o efeito de terceira pessoa se dá quando a comunicação é persuasiva, quando a mensagem é avaliada pela audiência como negativa ou socialmente indesejável. O receptor, então, superestima os efeitos da mídia sobre os outros e subestima sobre si.

O artigo seminal da hipótese foi intitulado por Davison “*The Third-Person Effect in communication*” e publicado no periódico norte-americano *Public Opinion Quarterly*. A elaboração teórica é acompanhada por um exemplo curioso. Entre 1949 e 1950, em plena Segunda Guerra Mundial, o exército japonês sobrevoou a ilha no Pacífico Iwo Jima e lançou sobre tropas americanas, formadas por soldados negros, um panfleto com mensagens que os convocavam a desistir ou desertar aquela guerra, insinuando que o Japão estava lutando contra os homens brancos norte-americanos (DAVISON, 1983).

Embora não tenham sido encontradas evidências de efeitos do panfleto sobre o público negro, os oficiais da tropa, que eram caucasianos, temendo a repercussão da mensagem sobre seus soldados e, a partir dessa presunção de influência negativa do panfleto, decidiram retirar as tropas negras da linha de frente.

Dessa forma, então, Davison evidenciou o efeito de terceira pessoa: as autoridades americanas brancas não temeram um impacto sobre si (primeira pessoa) mas estimaram que as tropas negras seriam afetadas. Esse fenômeno já vinha sendo observado pelo sociólogo em momentos anteriores à publicação de 1983.

Durante um estudo sobre o papel da imprensa da Alemanha Ocidental na formação das políticas locais para estrangeiros, Davison quis saber se os jornalistas percebiam influência dos editoriais de seus jornais sobre eles próprios e sobre os leitores. A maioria das respostas apontava impacto sobre o leitor e não sobre os próprios jornalistas.

Ainda mais instigado, em 1978, Davison entrevistou 33 estudantes de graduação do curso de Comunicação da Universidade de Columbia (EUA) em relação à influência do principal tema da campanha das eleições para governador de Nova York sobre eles (universitários) e sobre os nova-iorquinos como um todo. Quase a metade dos estudantes respondeu que a campanha influenciava a opinião de outras pessoas e não as deles.

Em busca de novos aprofundamentos, um novo teste do que se tornaria a hipótese foi realizado pelo autor entre 1981 e 1983, dessa vez, a partir da análise dos efeitos nas intenções de voto dos eleitores da propaganda de Ronald Regan e Jimmy Carter. Ainda sem a dimensão real do potencial da hipótese que desenvolveu¹³, em 1983, o efeito de terceira pessoa foi apresentado oficialmente como tal e, desde então, muitas outras contribuições surgiram do próprio Davison (1996) e de outros pesquisadores que também

¹³ Em artigo publicado em 1996, Davison conta que duvidou da importância do efeito de terceira pessoa e que levou anos entre os insights iniciais e a escrita da hipótese. E mesmo após a publicação, ele só teria se dado conta da real relevância e sua complexidade após os inúmeros estudos sobre o efeito de terceira pessoa realizados por outros estudiosos (DAVISON, 1996).

demonstraram interesse pelo fenômeno (DOUGLAS; SUTTON, 2004; EVELAND; MCLEOD, 1999; GUNTHER, 1991; GUNTHER; STOREY, 2003; HOFFNER *et al.*, 1999, HOFFNER *et al.*, 2001; PERLOFF, 1989, 1993, 1999; SCHARRER; LEONE, 2008; TSFATI, 2005) e outros.

Efeito de primeira pessoa

Outras contribuições também surgiram no sentido de testar o chamado efeito reverso ou efeito de primeira pessoa, possível de ocorrer quando a presunção de impacto de uma determinada mensagem midiática é maior para o próprio receptor do que para os outros. Para se evidenciar esse efeito, o conteúdo da mídia precisa ser reconhecido pelo receptor como favorável ou desejável (DUCK *et al.*, 1999; GOLAN; DAY, 2008; GUNTHER; HWA, 1996; PERLOFF, 1993).

Eveland e McLeod (1999) chamam esse efeito de “percepção invertida de terceira pessoa”, ou seja, os efeitos percebidos das mensagens positivas nos outros são subestimados, enquanto o impacto sobre o ‘eu’ é superestimado. Outras pesquisas também já demonstraram que o ETP nem sempre é revertido para mensagens positivas (DOUGLAS; SUTTON, 2004). Gomes e Barros (2014) argumentam que não há efeito de terceira pessoa reverso. Defendem a ideia de ETP como influência da influência presumida, expressão criada por Gunther e Storey (2003), e não como discrepância de estimativas entre as primeiras e terceiras pessoas.

Percepção e comportamento: componentes do ETP

Dois componentes do efeito de terceira pessoa ajudam a entender o fenômeno: o perceptual e o comportamental (COHEN; TSFATI, 2009; DAVISON, 1983; GUNTHER, 1991; PERLOFF, 1993; SALWEN, 1998; TSFATI, 2005; HOFFNER *et al.*, 1999; MCLEOD *et al.*, 1997; ROJAS *et al.*, 1996; ROJAS, 2010).

O primeiro se relaciona com o modo como o indivíduo percebe a influência das mensagens midiáticas como sendo maior nos outros e subestima em si, ou seja, trata-se da estimativa, da presunção do efeito, algo já abordado neste artigo, inclusive a partir de discussões sobre as variáveis moderadoras.

Já o componente comportamental se refere à ação: ao perceber o outro como vulnerável à influência do conteúdo da comunicação, o indivíduo adota uma atitude, muda o comportamento como forma de proteger as “vítimas” da mídia nociva, o que pode

se dar por meio do apoio à regulação ou até mesmo da censura de determinados conteúdos.

Esses supostos comportamentos a favor do controle midiático têm sido objeto de pesquisas, sobretudo, por conta de impactos possíveis na ordem pública, caso a opinião pública defenda ações de censura da mídia (COHEN; TSFATI, 2009; EVELAND; MCLEOD, 1999; GUNTHER; STOREY, 2003; HOFFNER *et al.*, 1999; HOFFNER *et al.*, 2001; MCLEOD *et al.*, 1997; ROJAS, 2010; ROJAS *et al.*, 1996).

3 Testando o ETP com Professores

A relevância e consistência do modelo teórico-metodológico do efeito de terceira pessoa para analisar a influência presumida da mídia, especialmente a partir de mensagens persuasivas, motivam esta proposta de testar a hipótese a partir de um estudo empírico que avalie as estimativas de efeito presumido por professores a partir da exposição a notícias sobre a internet nas escolas, um tema ainda controverso até mesmo no âmbito das políticas públicas¹⁴.

Questão de Pesquisa

Diante das discussões teóricas e do contexto posto, a etapa empírica deste estudo parte da seguinte questão de pesquisa central:

Q: Há discrepâncias entre as estimativas dos professores de efeito das notícias sobre si (eu) em comparação com as estimativas sobre terceiros, a depender do conteúdo midiático (se negativo/indesejável ou positivo/desejável) sobre a internet na escola? Se sim, quais? Como se configuram?

Hipóteses

Os avanços nos estudos e testes da hipótese do efeito de terceira pessoa permitem aos pesquisadores várias possibilidades de caminhos de investigação. Para este artigo, optou-se por investigar dois componentes da hipótese: 1. Perceptual (dimensão da estimativa dos efeitos – as notícias influenciam mais os outros do que a mim) e 2.

¹⁴ No Brasil, as regras para uso da Internet nas escolas variam entre os Estados e poucos normatizam essa ação. O Governo do Estado de São Paulo, por exemplo, permite o uso dentro da sala de aula sob supervisão. Já o parlamento francês aprovou, em julho deste ano, lei que proíbe o uso nas escolas de qualquer objeto conectado à internet por estudantes com até 15 anos.

Comportamental (adoto uma atitude de regulação ou mesmo censura para proteger as pessoas impactadas pelos conteúdos nocivos das notícias).

Ao todo, este estudo empírico parte de três hipóteses (sendo que H1 e H2 se desdobram em duas cada para testar o chamado efeito reverso: efeito de primeira pessoa), detalhadas a seguir, a partir de cada componente.

Componente Perceptual:

Para analisar o componente perceptual da hipótese do efeito de terceira pessoa, parte-se das seguintes hipóteses:

H1A: Os efeitos presumidos da notícia sobre o uso negativo ou indesejável da internet em outros serão superiores aos estimados em mim (professor).

Para verificar se o componente perceptual do efeito de primeira pessoa também se apresenta, parte-se da seguinte hipótese:

H1B: Os efeitos presumidos da notícia sobre o uso positivo ou desejável da internet em mim (professor) serão superiores aos estimados nos outros.

Para testar se há variação no efeito estimado a depender da distância social, criou-se a segunda hipótese:

H2A: A estimativa do efeito de terceira pessoa aumentará à medida que houver distância social do grupo.

H2B: A estimativa do efeito de primeira pessoa diminuirá à medida que houver distância social do grupo.

Componente Comportamental:

Para testar se a estimativa do efeito de terceira pessoa leva o professor a adotar atitude de censura aos conteúdos midiáticos, concebeu-se a terceira hipótese:

H3: A presunção de efeito de terceira pessoa, a partir da notícia negativa/indesejável, levará os professores a apoiarem a censura do conteúdo midiático.

4 MÉTODO

Para aferir empiricamente as hipóteses mencionadas, utilizou-se o instrumento *survey*, com solicitação de participação voluntária, enviada por e-mail e por WhatsApp, com link para formulário online. A única recomendação era que o participante fosse professor(a) de Ensino Fundamental II e/ou de Ensino Médio. A partir da técnica

snowball (bola de neve)¹⁵, distribuiu-se a 1ª versão do questionário¹⁶ no período de 20 a 26 de agosto de 2018, e a 2ª versão, de 26 de agosto a 02 de setembro do mesmo ano.

A única diferença entre as duas versões do questionário foi que a primeira possui conteúdo midiático negativo/indesejável em relação ao uso da internet na escola e a segunda apresenta notícia positiva/desejável sobre o tema. Isso para garantir as duas situações ideais para teste de ETP, lembrando que mensagens indesejáveis ou antissociais são as que tendem a confirmar o efeito de terceira pessoa.

Como etapa inicial para a análise das respostas dos participantes, utilizou-se a estatística descritiva e análise exploratória, que busca correlação ou ausência dela. A visualização e análise dos dados contaram com o auxílio do programa estatístico R (software livre e ambiente de desenvolvimento), versão 3.4.4¹⁷.

5 RESULTADOS

Descrição da amostra

A amostra consistiu em 201 professores de 15 Estados (Alagoas, Amazonas, Bahia, Ceará, Espírito Santo, Goiás, Maranhão, Minas Gerais, Paraíba, Pernambuco, Piauí, São Paulo, Sergipe, Rio de Janeiro e Tocantins) e Distrito Federal. Considerando o total de participantes, 85.95% atua na rede pública de ensino, 11.25% na rede privada e 2.7% em ambas as redes.

Entre os participantes, 75.9% são do gênero feminino, 24.1% masculino. Quanto à autodeclaração de cor/raça, 45.65% dos professores indicaram parda, 23.85% preta, 28.25% branca, 1.45% indígena e 0.75% amarela. Em relação à escolarização, o percentual mais alto foi o nível especialização (59.5%), além de a maioria ter acima de 15 anos de atuação como professor (57.35%).

Do total de participantes, 131 (65.2%) responderam a 1ª versão do questionário com conteúdo noticioso que apresentava prejuízos do uso da internet na escola e 70 (34.8%) participaram via 2ª versão do questionário, ou seja, foram expostos a uma matéria sobre impactos positivos da internet na escola. Por conta da diferença entre o número de

¹⁵ *Snowball* consiste em uma técnica de amostragem utilizada em pesquisas sociais, nas quais os participantes iniciais indicam outros, que também mobilizam outros até que se alcance um quantitativo considerado suficiente pelo pesquisador (ROSSETTO, 2018).

¹⁶ Ver questionário em anexo.

¹⁷ Agradecemos ao analista de dados, Guilherme Jacob, que contribuiu com essa etapa do estudo.

participantes de cada questionário, as análises comparativas foram realizadas a partir dos percentuais, como forma de evitar distorções.

Confirmação das Hipóteses

Componente Perceptual:

H1A: Os efeitos presumidos da notícia sobre o uso negativo ou indesejável da internet em outros serão superiores aos estimados em mim (professor).: Confirmada.

H1B: Os efeitos presumidos da notícia sobre o uso positivo ou desejável da internet em mim (professor) serão superiores aos estimados nos outros.: Não confirmada.

Dos 131 expostos à notícia negativa, 34% estimaram nenhum efeito sobre si e 58% estimaram pouco efeito ou extremamente pouco. Apenas 8% admitiram muita ou relativamente muita influência. Já entre os 70 participantes que leram a notícia positiva, o percentual que estimou muita ou relativamente muita influência alcançou 42% contra 37% (pouco ou extremamente pouco) e 21% responderam que não influenciou em nada.

Ou seja, o número de participantes que se presumem imunes a um efeito da notícia é maior para o conteúdo negativo (34% ante 21% para o questionário com conteúdo positivo). Entre os que admitem alguma influência, mas a consideram baixa (pouco ou extremamente pouco), os professores expostos à notícia negativa superam à positiva também (58% contra 37%). Por outro lado, os professores estimam maior (muito/relativamente muito) efeito sobre si quando a notícia é positiva do que quando negativa (42% contra 8%).

Os resultados estão de acordo com o efeito de terceira pessoa que aponta os conteúdos negativos, indesejáveis ou antissociais como os propensos à confirmação da hipótese (DAVISON, 1983; PERLOFF, 1993).

No comparativo com os outros (amigos/familiares, professores da rede pública, professores da rede privada, gestores, estudantes), nota-se que a presunção de efeito é superior sobre eles e subestimada sobre si (professor), quando a notícia é negativa (efeito de terceira pessoa).

Por exemplo, estima-se muito e relativamente muito efeito da notícia apenas para 8% dos professores enquanto o percentual para os demais grupos varia de 35% a 53%. Nas outras escalas (em nada ou pouco/extremamente pouco), o mesmo ocorre: os outros aparecem mais suscetíveis do que ele próprio (professor).

No entanto, o efeito reverso (efeito de primeira pessoa) não ocorre, quando se analisa o resultado a partir da notícia positiva. Um exemplo é a estimativa de muita/relativamente muita influência da notícia, na qual todos os grupos apresentam percentual maior do que o do próprio professor, sendo que, pela hipótese de primeira pessoa, os mais influenciados (presumidamente) deveriam ser os próprios professores.

H2A: A estimativa do efeito de terceira pessoa aumentará à medida que houver distância social do grupo.: Parcialmente confirmada.

H2B: A estimativa do efeito de primeira pessoa diminuirá à medida que houver distância social do grupo.: Parcialmente confirmada.

No questionário 1 (notícia negativa), os próprios participantes são os que menos sofrerão “muita” ou “relativamente muita” influência da notícia (8%), elevando para 35% quando estimados os efeitos sobre os estudantes, subindo mais quando presumido o efeito sobre o grupo de colegas professores da rede privada (46%), seguido dos colegas professores da rede pública (50%) e o mesmo percentual de 53% para os grupos amigos/familiares e gestores.

No questionário 2 (notícia positiva), o resultado não é o inverso como se espera no efeito de primeira pessoa: os estudantes são apontados como os mais suscetíveis aos efeitos da mídia (92%), seguidos dos amigos e familiares (70%), gestores (67%), professores da rede pública (61%), professores da rede privada (60%) e os que estimaram muita ou relativamente muita influência sobre si mesmo apresentaram o menor percentual, 42%. Isso contradiz a expectativa do efeito de primeira pessoa que indica o próprio entrevistado como o mais influenciado presumidamente pelas notícias positivas.

Chama a atenção também o fato de os professores considerarem os estudantes os menos influenciáveis pela notícia negativa (35%) depois deles mesmos, enquanto os estudantes são apontados pelos professores expostos à notícia positiva como os que sofrerão maior efeito do conteúdo midiático (92%).

A variação do efeito presumido quando avaliado como pouco ou extremamente pouco também apresenta discrepância entre o questionário 1 e o questionário 2. Na 1ª versão, esse nível de efeito estimado sobre o próprio professor tem o maior percentual (58%), seguido dos colegas da rede privada (51%), 46% colegas da rede pública; estudantes e gestores (mesmo percentual 44%) e 43% (amigos/familiares).

Na 2ª versão, o percentual mais alto fica com os colegas da rede privada (39%), seguidos pelo próprio professor e colegas da rede pública (ambos com os mesmos 37%), gestores (30%), amigos/familiares (29%) e, por último, estudantes (7%).

Analisando os que não seriam influenciados “em nada” de acordo com a presunção dos participantes, o destaque nos resultados da 1ª versão do questionário fica com o próprio professor (34%), acompanhado pelos estudantes (21%), amigos/familiares (5%), gestores e colegas da rede privada e da pública (3%). Quando a notícia é positiva (2ª versão do questionário), o percentual dessa mesma análise reduz para 21% dos próprios professores, com variação nos demais grupos (de 1% a 5%).

Pode-se aferir, portanto, que há indícios de confirmação da variável preditora da distância social, especialmente, quando analisado o grupo de estudantes. Essa evidência é forte quando os professores consideram as estimativas de muita influência da notícia negativa sobre os estudantes, por exemplo, mais próximas dos resultados estimados para si mesmo (professor) e bem diferentes para os gestores, que podem ser considerados mais distantes socialmente.

No entanto, ressalta-se problemas de ordem metodológica por não ter sido contemplada no questionário uma indicação do participante sobre o quão próximo considera de si cada um dos grupos elencados.

Componente Comportamental:

H3: A presunção de efeito de terceira pessoa, a partir da notícia negativa/indesejável, levará os professores a apoiarem a censura do conteúdo midiático.: Parcialmente confirmada.

Entre os professores que foram expostos a conteúdo midiático negativo, 56% discordaram da proibição de notícias contra 66% dos que responderam a mesma questão na 2ª versão do questionário (notícia positiva). Os que concordaram/concordaram parcialmente ou discordaram parcialmente somaram 33% (questionário 1) e 32% (questionário 2). Os que preferiram não opinar foram 12% e 3%, respectivamente.

Embora o percentual de discordantes supere o de concordantes, esse resultado continua sendo expressivo considerando a natureza da questão, ou seja, cerca de 30% de todos os participantes estão de acordo com a censura da mídia. Cabe ponderar, no entanto, que a hipótese do efeito de terceira pessoa, mesmo sendo reconhecida como suporte importante para entender atitudes favoráveis ao comportamento censor, vários autores já

recomendaram cautela para não considerá-la como única fonte para explicar o desejo de censura, quando esta se apresenta (PRICE *et al.*, 1998).

6 DISCUSSÃO E CONCLUSÃO

Este estudo empírico testou o modelo teórico-metodológico do efeito de terceira pessoa a partir da análise da presunção de influência sobre si e sobre os outros que os professores da educação básica elaboram a partir da exposição a conteúdos midiáticos relacionados ao uso da internet nas escolas.

Os resultados deste estudo sustentam a hipótese principal do efeito de terceira pessoa, mas não alcançam o mesmo êxito com o efeito de primeira pessoa. Coerentes com pesquisas anteriores de ETP, os professores presumiram que os outros são mais influenciados por mensagens negativas relacionadas à internet nas escolas do que eles próprios. Já o efeito reverso não ocorreu.

A variável da distância social, por sua vez, é parcialmente comprovada para ambos os efeitos (de terceira pessoa e de primeira pessoa) e o componente comportamental, da mesma forma: parcialmente apoiado. Apesar das limitações já elencadas deste estudo, os resultados alcançados instigam a novas explorações, de modo a tornar esta pesquisa mais robusta e abrangente.

A realização deste teste reforça a pertinência de recorrer à hipótese do efeito de terceira pessoa para investigar efeitos midiáticos, sobretudo, a partir de temas relevantes como o uso da internet nas escolas. Acredita-se que novos passos, ainda mais aprofundados, devam ser incentivados para analisar questões relacionadas à formação da opinião pública que podem pautar o debate público.

Pesquisas futuras podem ajudar a compreender melhor os posicionamentos favoráveis ou de regulação e até de restrição à internet nos ambientes escolares. Desse modo, as descobertas apresentadas por este estudo têm valor acadêmico e também prático. Espera-se, assim, que novas investigações aprimorem a amostra e que envolvam outras variáveis moderadoras do efeito de terceira pessoa.

REFERÊNCIAS

AGGIO, C. **Hipótese do Efeito de Terceira Pessoa: as estimativas de fumantes e não fumantes sobre os efeitos dos anúncios antitabagismo.** *Organização & Sociedade*, Salvador, v. 17, n. 54, p. 463-478, 2010.

BARBOSA, Alexandre. **Banda larga no Brasil: um estudo sobre a evolução do acesso e da qualidade das conexões à Internet.** São Paulo: *Comitê Gestor da Internet no Brasil - CGI.br*, 2018.

COHEN, J.; TSFATI, Y. **The Influence of Presumed Media Influence on Strategic Voting.** *Communication Research*, v. 36, n.3, p.359-378, 2009.

DALMONTE, Edson. **Dos efeitos fortes à hipótese de percepção do efeito de terceira pessoa: uma verificação empírica.** *Revista Contemporânea*, v. 4, n. 1, p. 1-72, 2006.

DAVID, P.; JOHNSON, Ma. **The Role of Self in Third-Person Effects about Body Image.** *Journal of Communication*, v.48, n.4, p.37-58, 1998.

DAVISON, W. Phillips. **The third-person effect in communication.** *Public Opinion Quarterly*, v. 47, p. 1-15, 1983.

_____. **The third-person effect revisited.** *International Journal of Public Opinion Research*, v.8, n.2, p. 113-119, 1996.

DOUGLAS, Karen M.; SUTTON, Robbie M. **Right about Others, Wrong about Ourselves? Actual and Perceived Self-Other Differences in Resistance to Persuasion.** *The British journal of social psychology / the British Psychological Society*, v.43, n.4, p. 585-603, 2004.

DUCK, Julie M.; HOGG, Michael A.; THERRY, Debora J. **Social identity and perceptions of media persuasion: are we always less influenced than others?** *Journal of Applied Social Psychology*, v. 29, n. 9, p. 1879-1899, 1999.

EVELAND, W.; MCLEOD, D. **The effect of social desirability on perceived media impact: implications for third-person perceptions.** *International Journal of Public Opinion Research*, v. 11, n.4, p. 315-333, 1999.

GOLAN, G. J.; LIM, J. S. **Third-Person Effect of ISIS's Recruitment Propaganda: Online Political Self-Efficacy and Social Media Activism.** *International Journal of Communication*, v.10, p.4681-4701, 2016.

GOMES, Wilson; BARROS, Samuel. **Influência da Mídia, Distância Moral e Desacordos Sociais: Um Teste do Efeito de Terceira Pessoa.** In *Teorias da Comunicação no Brasil*. Salvador: Edufba, 245-66, 2014.

GUNTHER, A. C. **What we think others think: Cause and consequence in the third person effect.** *Communication Research*, v.18, n.3, p. 355-372, 1991.

GUNTHER, A. C.; STOREY, J. Douglas. **The Influence of Presumed Influence.** *Journal of Communication*, v.53, n.2, p.199-215, 2003.

HOFFNER, C. et al. **Support for Censorship of Television Violence: The Role of the Third-Person Effect and News Exposure.** *Communication Research*, v.26, n.6, p.726-742, 1999.

_____. **The Third-Person Effect in Perceptions of the Influence of Television Violence.** *Journal of Communication*, v.51, n.2, p.283-299, 2001.

JENSEN, J. D., HURLEY, R. J. **Third-Person Effects and the Environment: Social Distance, Social Desirability, and Presumed Behavior.** *Journal of Communication*, v.55, n.2, p.242-56, 2005.

JANG, S. M.; KIM, J. K. **Third Person Effects of Fake News: Fake News Regulation and Media Literacy Interventions.** *Computers in Human Behavior*, v.80, p.295-302, 2018.

LEMOS, André. **Olhares sobre a cibercultura.** Porto Alegre: Sulina, 2003.

MCLEOD, D.; EVELAND, W.P.; NATHANSON, A.I. **Support for Censorship of Violent and Misogynic Rap Lyrics: An Analysis of the Third-Person Effect.** *Communication Research*, v. 24, n.2, p. 153-174, 1997.

PARADISE, A.; SULLIVAN, M. **(In)Visible Threats? The Third-Person Effect in Perceptions of the Influence of Facebook.** *Cyberpsychology, behavior and social networking*, v.15, n.1, p.55-60, 2012.

PEISER, W.; PETER, J. **Third-Person Perception of Television-Viewing Behavior.** *Journal of Communication*, v.50, n.1, p.25-45, 2000.

PERLOFF, Richard M. **Third-person effect research - 1983-1992: a review and synthesis.** *International Journal of Public Opinion Research*, v. 5, n. 2, p. 167-184, 1993.

_____. **The third person effect a critical review and synthesis.** *Media Psychology*, v.1, n.4, p.353-378, 1999.

Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nas escolas brasileiras [livro eletrônico]: TIC educação 2016. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2017.

Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros: TIC domicílios 2016. [livro eletrônico]. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2017.

PRICE, V.; TEWKSBURY, D.; HUANG, L.-N. **Third-Person Effects on Publication of a Holocaust-Denial Advertisement.** *Journal of Communication*, v.48, n.2, p.3-26, 1998.

ROJAS, H.; SHAH, D. V.; FABER, R.J. **For the good of others: censorship and the third-person effect.** *International Journal of Public Opinion Research*, v. 8, n. 2, p. 163-186, 1996.

ROSSETTO, Graça. **Fazendo política no Twitter: como os efeitos estimados das mensagens influenciam as ações e os usos da plataforma.** *Revista Compolítica*, vol. 8, n.1, p. 97-122, 2018.

SALWEN, Michael B. **Perceptions of Media Influence and Support for Censorship: The Third-Person Effect in the 1996 Presidential Election.** *Communication Research*, v.25, n.3, p.259-285, 1998.

SCHARRER, Erica; LEONE, Ron. **First-Person Shooters and the Third-Person Effect.** *Human Communication research*, v.34, n.2, p. 210-233, 2008.

TIC Kids Online Brasil [livro eletrônico]: pesquisa sobre o uso da internet por crianças e adolescentes no Brasil 2016. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2017.

TSFATI, Y. **The Influence of Presumed Media Influence on Democratic Legitimacy: The Case of Gaza Settlers.** *Communication Research*, v.32, n.6, p.794-821, 2005.

ANEXO

QUESTIONÁRIO APLICADO COM OS PROFESSORES

Perguntas relacionadas à ETP:

A seguir, leia a notícia publicada em um veículo de comunicação nacional:

Versão negativa (informação oculta)

Pesquisa comprova que internet nas escolas ameaça a aprendizagem

Pesquisa nacional do CETIC.br (2018) mostra que o uso da internet na escola prejudica a aprendizagem dos estudantes, provoca dispersão entre os adolescentes e jovens, aumenta o risco de abusos e acesso a conteúdos perigosos online, como violência, pornografia e cyberbullying. O estudo brasileiro está em sintonia com a decisão da França de proibir telefones celulares e qualquer objeto conectado (tablets, relógios etc) em escolas públicas. A aprovação do Parlamento francês foi chamada de “medida de desintoxicação” contra a distração no ambiente escolar. “A internet deve ser banida do espaço escolar também aqui no Brasil”, opina doutor em educação pela USP (g1.globo.com, 01/08/2018).

Versão positiva (informação oculta)

Pesquisa comprova que internet nas escolas potencializa a aprendizagem

Pesquisa nacional do CETIC.br (2018) mostra que o uso da internet na escola potencializa a aprendizagem dos estudantes. Na escola pública Amélia Rocha (PI), a conexão sem fio em todo o ambiente escolar permitiu aos professores e estudantes ampliarem estudos e pesquisas, usarem recursos digitais, acessarem plataformas colaborativas, realizarem intercâmbios com outras escolas e muitas outras inovações. Desde que a internet passou a ser usada por toda a comunidade escolar, caiu a evasão escolar e os indicadores de aprendizagem melhoraram 50% em um ano. “A internet é uma aliada da educação e precisa ser um direito garantido para todas as escolas do Brasil. Os jovens já estão conectados e precisam usar a tecnologia a favor de seu desenvolvimento, com apoio dos professores”, defende doutor em educação pela USP (g1.globo.com, 01/08/2018).

Avaliando a percepção da posição do insumo...

A partir da notícia que acabou de ler, responda as perguntas seguintes:

> Em sua opinião, qual a posição da notícia em relação ao uso da internet na escola?

a favor	parcialmente a favor	Neutra	parcialmente contra	Contra
[2]	[1]	[0]	[-1]	[-2]
()	()	()	()	()

Avaliando a percepção individual...

> Você acredita que o uso da internet pelos estudantes na escola é...

Benéfico	parcialmente benéfico	Neutro	parcialmente maléfico	maléfico
----------	-----------------------	--------	-----------------------	----------

[2]	[1]	[0]	[-1]	[-2]
()	()	()	()	()

> **Você acredita que a escola deveria ter internet livre (wifi)?**

Sim	não
[2]	[-2]
()	()

Perguntas clássicas de ETP:

> **O quanto você considera que a notícia influencia sua opinião sobre a internet na escola?**

Muito	relativamente muito	Pouco	extremamente pouco	em nada
[4]	[3]	[2]	[1]	[0]
()	()	()	()	()

> **O quanto você considera que a notícia influencia a opinião dos amigos e familiares sobre a internet na escola?**

Muito	relativamente muito	Pouco	extremamente pouco	em nada
[4]	[3]	[2]	[1]	[0]
()	()	()	()	()

> **O quanto você considera que a notícia influencia a opinião dos colegas professores da rede pública sobre a internet na escola?**

Muito	relativamente muito	Pouco	extremamente pouco	em nada
[4]	[3]	[2]	[1]	[0]
()	()	()	()	()

> **O quanto você considera que a notícia influencia a opinião dos colegas professores da rede privada sobre a internet na escola?**

Muito	relativamente muito	Pouco	extremamente pouco	em nada
[4]	[3]	[2]	[1]	[0]
()	()	()	()	()

> **O quanto você considera que a notícia influencia a opinião dos gestores de educação sobre a internet na escola?**

Muito	relativamente muito	Pouco	extremamente pouco	em nada
[4]	[3]	[2]	[1]	[0]
()	()	()	()	()

> **O quanto você considera que a notícia influencia a opinião dos estudantes sobre a internet na escola?**

Muito	relativamente muito	Pouco	extremamente pouco	em nada
[4]	[3]	[2]	[1]	[0]
()	()	()	()	()

Perguntas para avaliar a opinião prévia e possíveis disposições de ordem comportamental.

> **Qual a sua opinião sobre a cobertura da mídia em relação à internet aberta para uso de todos na escola?**

Deveria ser proibido divulgar essas notícias para não influenciar os outros.

Concordo	parcialmente concordo	Prefiro não opinar	Parcialmente discordo	Discordo
[2]	[1]	[0]	[-1]	[-2]
()	()	()	()	()