

The perception of misinformation by young students from a Brazilian sociocultural context: reflections and clues for media education

A percepção da desinformação por parte de jovens estudantes de um contexto sociocultural brasileiro: reflexões e pistas para a educação midiática

Viviane Ongaro*, Monica Fantin **, José Douglas Alves dos Santos ***

*  Doutora em Educação pela Universidade Federal de Santa Catarina, UFSC. Jornalista pela Universidade Tuiuti do Paraná, UTP e Mestre em Educação pela Universidade Federal do Paraná, UFPR. Docente nos cursos de Comunicação Social (Jornalismo e Publicidade e Propaganda), Marketing e Tecnólogos do Centro Universitário UniOpet. Pesquisadora da temática de mídia-educação e desinformação. (jornalistavivianeongaro@gmail.com)

**  Professora Titular do Centro de Educação atua no Curso de Pedagogia e no Programa de Pós-graduação em Educação da Universidade Federal de Santa Catarina, UFSC. Doutora em Educação UFSC Brasil/UCSC Itália, fez Pós-Doutorado em Estética no Departamento de Filosofia da Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano. Líder do Grupo de Pesquisa Núcleo Infância, Comunicação, Cultura e Arte, NICA, UFSC/CNPq. Pesquisadora da Red Alfamed Brasil. (monica.fantin@ufsc.br)

***  Doutor em Educação pela Universidade Federal de Santa Catarina, UFSC. Pedagogo e mestre em Educação pela Universidade Federal de Sergipe, UFS. (jdneo@hotmail.com)

Abstract

Based on a doctoral study developed in the Brazilian sociocultural context, the article reflects on the perception of misinformation among young students from public and private schools. In a society permeated by the digital world in the broader context of socio-materiality, the complexity of the terms Misinformation, Fake News, and Post-truth shows the difficulty of understanding true and false nowadays. In the capitalism of data, algorithms, control, and vigilance, misinformation is an increasingly discussed theme in digital culture due to the problems created in the political, economic, social, cultural, and political spheres. The implications of this phenomenon reverberate throughout the educational ecosystem, the teaching-learning interactions and relations in the school, and other informal and non-formal educational spaces. Grounded on the dialogue between cultural studies, media-education, and youth cultures, we seek to identify young students' perceptions of misinformation to create a formative path in the media-education perspective. The qualitative and exploratory research involved an empirical dimension conducted with young students from 14 to 21 years old in Curitiba and Colombo in Paraná, Brazil. We traced the group's profile through the European Framework for Digital competencies during workshops on media education, aiming to identify and reflect on how young students receive, understand, analyze, check, and share information. The workshop analyses suggested clues to build media competencies in the youth culture contexts and how schools can/should develop a work in the perspective of media education to build a better understanding of oneself, the other, and the world, producing and sharing messages and information with more responsibility in the perspectives of citizenship and belonging.

Keywords: youth cultures; digital culture; misinformation; media education; formative path; media competencies.

Resumo

O artigo tece reflexões a partir de um recorte de uma pesquisa de doutorado desenvolvida na especificidade de um contexto sociocultural brasileiro sobre a percepção da desinformação por parte de jovens estudantes de escolas públicas e privadas. Em uma sociedade atravessada pelo digital no contexto mais amplo da sociomaterialidade, a complexidade dos termos Desinformação, Fake News, Pós-verdade revela a dificuldade de entender o verdadeiro/falso no contemporâneo. No capitalismo dos dados, do algoritmo, do controle e da vigilância, a desinformação é um fenômeno cada vez mais discutido no âmbito da cultura digital diante dos transtornos provocados nas esferas política, econômica, social, cultural e educativa. No âmbito da educação, implicações de tal fenômeno repercutem em todo ecossistema educativo, desde as interações e relações de ensino-aprendizagem presentes no espaço escolar até em outros espaços educativos informais e não formais. Fundamentados no diálogo entre os estudos culturais, a mídia-educação e as culturas juvenis, buscamos identificar as percepções de jovens estudantes sobre diferentes aspectos da desinformação a fim de elaborar um percurso formativo na perspectiva da mídia-educação. A pesquisa de abordagem qualitativa e exploratória envolveu uma dimensão empírica realizada com jovens estudantes entre 14 e 21 anos da cidade de Curitiba/PR e Colombo, Brasil. A identificação do perfil do grupo foi elaborada a partir do Quadro Europeu das Competências Midiáticas, e após foram realizadas ainda oficinas de educação midiática com o objetivo de identificar e refletir como os jovens estudantes recebem, compreendem, analisam, checam e compartilham as informações. A análise das oficinas sugeriu pistas sobre a construção das competências midiáticas no contexto das culturas juvenis e como a escola pode/deve desenvolver um trabalho na perspectiva da mídia-educação, de modo a construir uma melhor compreensão de si, do outro e do mundo, produzindo e compartilhando mensagens e informações com maior responsabilidade na perspectiva da cidadania e do pertencimento.

Palavras-chave: culturas juvenis; cultura digital; desinformação; mídia-educação; percurso formativo; competências midiáticas.

Desinformação e o cenário brasileiro

O “tsunami” de desinformação que assola nações pelo mundo todo não deixou o Brasil incólume ao rastro de destruição que vem colocando em risco as mais diversas sociedades, inclusive as de forte pilar democrático¹. Numa onda assustadora e incontrolável caracterizada por discursos de ódio, discriminação, mentiras (Santos, 2016; Barreto Junior, 2018) e ataques covardes a grupos minoritários (Zanini, 2020) – negros, mulheres, população LGBTQI +, indígenas, trabalhadores sem-terra, pessoas com deficiência (PCDs), idosos e pessoas de baixa renda. Utilizando-se da justificativa da liberdade de expressão (Gross 2020), pessoas mal-intencionadas (muitas vezes representadas por políticos, grupos econômicos dominantes, lideranças religiosas (D`Ancona, 2018) e outros grupos que desejam lucrar com a desinformação), espalham notícias inverídicas pelas redes digitais, numa velocidade e alcance nunca vistos, causando uma destruição devastadora.

Atitudes como inflamar paixões e conquistar pessoas por ideias extremas (Da Empoli, 2019), divulgar informações inverossímeis e contraditórias (D`Ancona, 2018), impulsionar algoritmos que estimulam bolhas e filtros que espelham as próprias crenças (Santaella, 2019) acendem um alerta sobre a problemática da desinformação a nível mundial e reforçam a necessidade de políticas voltadas à educação midiática informacional. Sobretudo, quando se cria uma espécie de “religião digital” (Bucci, 2023, p. 63) caracterizada

¹ Ocorrida em 06 de janeiro de 2021, a invasão ao Capitólio, nos Estados Unidos, causou perplexidade em nações do mundo todo. O Congresso de uma das nações mais democráticas do mundo foi invadido por insurgentes que não concordavam com a vitória legítima de Joe Biden. Ato semelhante se repetiu em 8 de janeiro de 2023, no Brasil, quando bolsonaristas radicais (apoiadores do ex-presidente Jair Bolsonaro) invadiram o Palácio do Planalto, o Congresso Nacional e a sede do Supremo Tribunal Federal (STF), em Brasília, capital do país.

pela “divindade” de números, fórmulas, pesquisas infundadas e fanatismo de toda ordem (religiosos e políticos). Tais aspectos se traduzem em dados preocupantes, como os divulgados em novembro de 2023 pela TIC Domicílios (2023), e revelam que apenas 37% dos brasileiros (com idade entre 10 anos ou mais e que utilizam internet via aparelho celular) checam se a informação é verdadeira/falsa²; e apenas em torno de 30% de brasileiros que usam computadores verificam a informação. Vale ressaltar que o Brasil é o 5º país com o maior número de *smartphones* no mundo (118 milhões de usuários), perdendo apenas Indonésia, Estados Unidos, Índia e China³.

Sendo assim, devido a velocidade com que o “caos” da desinformação se instala, esse processo também pode ser comparado com a contaminação de um vírus, que se espalha no contato de um indivíduo a outro. Em pouco tempo pode ser capaz de afetar toda sociedade, confundindo a população e impedindo que temas pertinentes à vida social sejam criticamente discutidos, analisados e debatidos de forma coerente e sensata. Conhecida popularmente como “*Fake News*” (notícias falsas) a terminologia/conceito não consegue precisar, esgotar ou mesmo explicar de forma coerente o fenômeno e suas consequências, em diferentes âmbitos: político, econômico e sociocultural.

A complexidade dos conceitos em construção – *disinformation*, *misinformation*, *malinformation* - revela nuances de certos termos que por vezes são considerados como sinônimos, como por exemplo, *misinformation* e *disinformation*, mas isto não é tão simples, pois possuem significados diferentes. Wardle (2018) destaca que ainda não há um acordo sobre as definições destes termos e mapeou os principais indicadores da *misinformation* e *disinformation*. Tais termos ainda não possuem uma tradução adequada em português e por vezes aparecem como sinônimo, mas possuem e indicam sobreposições e diferenças que explicam os usos, as implicações e as definições funcionais de tais conceitos.

Neste sentido, alguns aspectos podem ser considerados na construção e uso destes conceitos, desde o fluxo comunicacional, sua complexidade e o sistema referente à desinformação e seus interesses. Distintos autores têm se debruçado sobre o conceito na tentativa de melhor compreendê-lo e explicá-lo, mas ainda não há consenso sobre a nitidez e clareza de alguns de seus fenômenos, o que aflige pesquisadores ao se depararem com palavras que ainda dispõem de diversos sentidos e de um inquietante déficit de explicação (Charadeau, 2012).

Tandoc Jr, Wei & Ling (2018) e Recuero & Gruzd (2018) creem que o conceito *Fake News* acabou sendo emprestado do próprio jornalismo por seus padrões de linguagem, credibilidade, legitimidade e função social, apoiando-se em narrativas falsas a serem propagadas. Neste sentido, três elementos seriam essenciais para definição de *Fake News*: 1) componente de narrativas jornalísticas e noticiosas; 2) componente de falsidade total ou parcial da narrativa; e 3) intencionalidade de enganar ou criar percepções enganosas utilizando da mídia social para propagação das informações.

Mesmo que o crescimento do uso das redes sociais pelos sujeitos seja uma realidade, Recuero & Gruzd (2018) lembram ainda que o uso e a difusão rápida e escalável de informações por esse meio não são suficientes para que as *Fake News* se espalhem. Outros elementos fazem parte do processo, tais como: a)

² A pesquisa completa pode ser acessada em: <https://cetic.br/pt/pesquisa/domicilios/indicadores/<>>.

³ LOPES, André. Brasil é um dos cinco países com maior número de smartphones, mostra ranking. Disponível em: <https://exame.com/tecnologia/brasil-e-um-dos-cinco-paises-com-maior-numero-de-smartphone-mostra-ranking/<>. Acesso em: 15/12/2023.

os algoritmos que selecionam o que será visto a partir da própria ação dos usuários na rede; e b) as escolhas dos próprios atores que, por sua vez têm a liberdade e podem definir o que será compartilhado, publicado e até mesmo visível na rede social.

Duas características-chave ainda explicam o tipo de informação inverídica (Shu et al, 2017; Recuero & Gruzd, 2018): a) falta de autenticidade; e b) o propósito de enganar. Nesta perspectiva, as notícias satíricas não se enquadrariam como *Fake News*, pois não teriam o propósito de enganar. Rumores e boatos também poderiam ser excluídos, já que lhes falta a autenticidade. Portanto, "A *Fake News*, assim, não se trata apenas de uma informação pela metade ou mal apurada, mas de uma informação falsa, intencionalmente divulgada, para atingir interesses de indivíduos ou grupos" (Recuero & Gruzd, 2018, p. 2).

Prado (2022, p. 27), por sua vez, argumenta que a melhor denominação quando se trata de *Fake News* é "mensagem falsa e não informação e nem notícia". Rais (2020) destaca a polissemia apresentada pela expressão. Para o autor, o termo *Fake News* é confuso ora por se tratar de notícias falsas, ora de notícia fraudulenta, ora de reportagem deficiente ou parcial, ou ainda destinada a explicar uma agressão a alguém ou a alguma ideologia. Para Bucci (2019), a expressão é rasa e não consegue explicar o fenômeno da desinformação, embora seja a que mais cresceu em popularidade sendo utilizada com mais frequência pela mídia tradicional em suas publicações.

Já Pangrazio (2018) entende o termo como uma generalização que envolve sete tipos de notícias falsas: a conexão falsa; o contexto falso; o conteúdo manipulado; a sátira ou paródia; o conteúdo fabricado; o conteúdo enganoso; e o conteúdo impostor. Hobbs (2017; 2023) identifica seis tipos de notícias falsas, incluindo: desinformação, propaganda, trotes, sátira/paródia, imprecisões no jornalismo e partidarismo. E complementa que a desinformação pode ser descrita como algo complexo envolvido com outros problemas sistêmicos responsáveis por criar efeitos colaterais indesejados.

Outro termo habitualmente utilizado por pesquisadores é a pós-verdade. O *Dicionário Oxford* o qualifica com um "ambiente em que os fatos objetivos têm menos peso do que apelos emocionais ou crenças pessoais em formar a opinião pública". Entretanto, destaca-se que a terminologia "pós-verdade" foi utilizada pela primeira vez em 1992, quando Steve Tesich, na Revista *The Nation*, se referiu ao Irã e à Guerra do Golfo. No entanto, a expressão política de pós-verdade foi cunhada em 2010, pelo blogueiro David Roberts, ao "[...] nomear uma cultura política em que a opinião pública atravessada pelas narrativas mediáticas se desconectou inteiramente das *polícies*, ou seja, da *policy*, ou seja, das ferramentas pelas quais são debatidas, estruturadas e implementadas as políticas públicas" (Bucci, 2019, p. 11-12).

Em síntese, uma visão geral sobre os dois conceitos, *Misinformation* e *Disinformation*, considera que *Misinformation* é um fenômeno que decorre da circulação de informações falsas sem a intenção de causar danos (Wardle, 2020; Aïmeur, Amri & Brassard, 2023). Já *Disinformation*, traduzido como *desinformação*, ocorre quando informações falsas são compartilhadas deliberadamente, com a intenção de prejudicar alguém, um grupo social ou um partido político. A desinformação pode ser compreendida como um fenômeno amplo e complexo, com informações falaciosas produzidas e manipuladas a partir de motivações políticas e econômicas (Wardle, 2018). Ou seja, a desinformação é feita por mensagens completa ou parcialmente falsas, divulgadas fora de contexto, com supressão de elementos e com falsas conexões entre título, conteúdo da matéria e/ou com imagens, áudios e vídeos manipulados.

Wardle (2020) reforça que a desinformação é composta por um conteúdo intencionalmente falso e o seu objetivo é causar danos. É motivada por três fatores: ganhar dinheiro; ter influência política, internacional

ou nacional; ou causar problemas por causa disso. Ao ser compartilhada muitas vezes, a desinformação se torna uma *misinformação*, cuja principal característica envolve o compartilhamento, sendo que o sujeito não percebe que o conteúdo compartilhado em suas redes é falso/enganoso. As *misinformações* são motivadas por fatores sociopsicológicos, envolvendo sujeitos que pensam estar “ajudando”, via compartilhamentos de informações. Ainda de acordo com a autora, o terceiro conceito, malinformação, é composto por informações genuínas, compartilhadas com o intuito de causar danos, principalmente vazamentos, assédios e discursos de ódio.

Neste texto adotamos o conceito de desinformação partindo do pressuposto de que se trata de um fenômeno que, além de “enganar” pode também “cegar” uma pessoa, encarcerando-a em suas próprias convicções/crenças e inserindo-a em “bolhas” que criam um terreno propício às polarizações (Santaella, 2019). Vale ressaltar que por sua abrangência e grau de destruição, a desinformação proliferada via *web*, aliada a ação de *haters* e *trolls* e ainda associada a ação de “milícias digitais”, acendeu um alerta em nações do mundo todo que agora buscam soluções para que possam efetivamente combatê-la, sem afetar a liberdade de expressão de cada usuário da rede.

Países como Alemanha (*Network Enforcement Act – NetzDG*), Estados Unidos (Seção 230⁴), Austrália (*Online Safety Act*⁵) e os países da União Europeia (*Digital Services Act – DAS*⁶), vêm avançando em discussões e na elaboração de leis que visam a regulamentação das redes na tentativa de frear a ação dos poderosos “*gatekeepers*⁷ digitais”. Detentores de poder econômico e social que, utilizando-se da leitura precisa de dados dos algoritmos, direcionam temas e influenciam sobre o que pode ser dito e ouvido via redes, atuando diretamente no debate público. A “bolha analógica” (Prado, 2022, p. 112), antes monopolizada pela grande mídia, passa a ser substituída pelas “*filter bubbles*” (Santaella, 2019, p. 13), deixando transparecer a força dos algoritmos controlados diretamente pelas poderosas empresas que dominam o cenário digital no mundo.

No Brasil, a pauta sobre a desinformação e as discussões sobre o poderio dos algoritmos norteia há tempos setores importantes da sociedade. A aprovação do Marco Civil da Internet⁸ (Lei nº 12.965/2014) em torno da regulamentação das redes sociais, foi uma das tentativas de combater ilícitos cibernéticos e a propagação de informações inverídicas. Entretanto, outros caminhos vêm sendo analisados e discutidos pela sociedade civil e pelo setor político já que o país vive uma enxurrada de desinformação propagada via redes. Fatos estes comprovados por mentiras difundidas durante os pleitos de 2018 e 2022 e pelo desserviço estimulado à época pelo próprio Palácio do Planalto, que durante a pandemia de Covid-19 incentivou, sem comprovação

⁴ Parte da lei que rege as comunicações no país isenta as plataformas de internet da responsabilidade sobre o que é publicado por terceiros. Fornece ainda às plataformas proteção legal para moderar o que é postado por usuários em alguns casos, como conteúdo pirateado, pornográfico ou que desrespeite uma lei federal. Disponível em: <https://www.justice.gov/archives/ag/department-justice-s-review-section-230-communications-decency-act-1996> Acesso em: 09/08/2023, às 15h51.

⁵ A lei australiana bane o anonimato nas redes. Disponível em: <https://www.legislation.gov.au/Details/C2021A00076> Acesso em: 09/08/2023, às 16h08.

⁶ A lei estabelece que as plataformas enviem relatórios indicando que possuem moderadores suficientes para evitar a disseminação de desinformação. Devem ainda abrir os algoritmos mostrando como definem e qual conteúdo está no topo do *feed*. Disponível em: <https://www.eu-digital-services-act.com/>. Acesso em: 09/08/2023, às 16h18.

⁷ As redes sociais fez com que os *gatekeepers* das mídias tradicionais perdessem espaço permitindo que permitem usuários se encontrem livres para disseminarem discursos de ódio, desinformação e até mesmo conteúdos ilegais. (EIFERT, 2023). Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2021-jun-15/direito-digital-regulacao-redes-sociais-perspectiva-internacional>. Acesso em: 10/08/2023, às 11h17.

⁸ Atualmente em vigor no Brasil, a Lei nº 12.965/2014 possui algumas limitações não responsabilizando as plataformas pelas publicações feitas por terceiros, ainda que esteja sendo divulgado informações falsas.

científica, o uso de medicamentos sem efeito e ainda desestimulou a adesão de cidadãos às campanhas de vacinação, fatores que contribuíram diretamente para a perda de mais de setecentas mil vidas em território brasileiro.

Uma nova proposta de regulamentação das plataformas no Brasil ocorreu em maio de 2023, quando a tentativa de aprovação do texto integral do Projeto de Lei (PL) 2630, popularmente conhecida como PL das *Fake News*, envolveu uma força-tarefa da base aliada do governo do Partido dos Trabalhadores (PT) e de membros do Supremo Tribunal Federal (STF). Trazendo pontos para regulamentação das redes sociais⁹, o projeto foi retirado da pauta devido ao forte *lobby* encabeçado pelas *big techs* e por esforço de parlamentares de extrema-direita contrários à proposta e ligados ao ex-presidente Jair Bolsonaro, do Partido Liberal (PL). O projeto, agora sem data para ser votado, deverá ser “fatiado” iniciando por discussões em torno dos direitos autorais por conteúdos audiovisuais publicados nas plataformas e uma regulamentação paga pelas empresas de tecnologia aos veículos de imprensa.

Fato é que a disseminação sem controle da desinformação via redes deixa explícito que a cada dia se tornam necessárias ações que não apenas regularizem as redes, mas que, sobretudo, estimulem a prática de uma educação midiática, voltada a garantir o discernimento não apenas sobre os meandros que envolvem o fluxo comunicacional na contemporaneidade, como também a interpretação crítica e analítica dos fatos. Os brasileiros, em especial, estão entre os que mais acreditam em *Fake News* no mundo, conforme pesquisa publicada em 2019 pela plataforma de mobilização *online Avaaz*¹⁰, cujos dados apontaram que sete em cada dez brasileiros (ou seja, 62% dos entrevistados) que se informam via redes sociais já acreditaram alguma vez em falsas informações disseminadas de forma digital. Um dado que consideramos preocupante.

As crianças e os jovens brasileiros também fazem parte desta estatística que acende um alerta sobre a disseminação desenfreada da desinformação. Levantamento divulgado em maio deste ano pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil, em parceria com a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco)¹¹ revela que das 2607 crianças e jovens entrevistados com idade entre 9 e 17 anos, todos acessam as redes, mas, no entanto, 43% não sabem ao menos checar se uma informação está correta ou não. A pesquisa revelou ainda que crianças e jovens sabem escolher as palavras para encontrar conteúdos e até mesmo voltar num *site* em busca de informações. Entretanto, sentem dificuldade em fazer uma análise crítica do conteúdo.

Mesmo que o debate sobre a educação midiática remonte às últimas décadas do século XX, quando da popularização dos PCs (*Personal Computer*) e seus aplicativos, a educação brasileira ainda se vê em uma encruzilhada. De um lado, um caminho que leva a se desvencilhar das amarras conteudistas do século XIX com uma “concepção cumulativa do conhecimento na qual (...) corresponde a um menu de informações transmitidas aos alunos em doses sequenciais” (Canário, 2006, p. 15); do outro, entrar definitivamente nas competências e habilidades exigidas no século XXI, na qual “(...) é preciso integração da compreensão e

⁹ Os principais pontos polêmicos sobre a PL das *Fake News* envolvem: fiscalização da aplicação da lei; imunidade parlamentar; a remuneração de conteúdo jornalístico e direitos autorais; além da possibilidade de censura ao invés de combate a conteúdos criminosos. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/141944> <>. Acesso em: 10/08/2023, às 14h34.

¹⁰ Disponível em: https://secure.avaaz.org/campaign/po/disinfo_hub/ <>. Acesso em: 09/08/2023, às 14h13.

¹¹ Disponível em: <https://www.nic.br/noticia/na-midia/pesquisa-revela-que-43-dos-jovens-nao-sabem-checar-se-uma-informacao-da-internet-e-falsa/> . Acesso em: 10/08/2023, às 14h24.

atuação baseadas na integração de conhecimentos mais do que aprendizagem isolada e fragmentada de conhecimentos, de um lado, e habilidades, de outro". (Gómez Pérez, 2015, p. 25).

Iniciativas pontuais ainda são incipientes, como a proposta de educação midiática apresentada pela Base Nacional Comum Curricular (BNCC)¹² que, apesar de estimular práticas e ações de caráter instrumental e também sugerir reflexões sobre as mídias e tecnologias nas disciplinas que compõem a proposta curricular¹³ da educação básica brasileira ainda não são suficientes. Sabemos que a perspectiva interdisciplinar de tais abordagens ainda está longe de ser alcançada e mesmo que o uso de materiais de cunho jornalístico possa ser utilizado como recurso pedagógico, a mediação educativa evidencia a lacuna no âmbito da formação docente e sua qualificação para uma educação transformadora no contexto da cultura digital.¹⁴

Embora o debate sobre a educação midiática remonte às últimas décadas do século XX, a educação escolar brasileira ainda oscila entre uma forte concepção de transmissão de conteúdo e a construção de competências e habilidades exigidas no século XXI. Neste sentido, o desafio de educar para a cidadania ainda necessita ainda sugere a "(...) aprendizagem isolada e fragmentada de conhecimentos, de um lado, e habilidades, de outro". (Gómez, 2015, p. 25),

Esses fatores ficaram evidentes durante a pandemia de Covid-19 e podem ser cancelados pela pesquisa "Trabalho Docente em Tempos de Pandemia¹⁵", feita pelo Grupo de Estudos sobre Política Educacional e Trabalho Docente da Universidade Federal de Minas Gerais (Gestrado/UFGM) e a Confederação Nacional dos Trabalhadores em Educação (CNTE). Publicada em 2020, a pesquisa traz dados relevantes sobre a experiência com aulas remotas durante a crise sanitária que abalou o mundo. Dos 15.654 docentes brasileiros a participarem da pesquisa (Educação Infantil, Ensino Fundamental e Educação de Jovens e Adultos), 89% afirmaram não ter experiência anterior com aulas remotas, 42% disseram não ter treinamento adequado para uso das tecnologias no período e 21% consideraram difícil ou muito difícil lidar com as tecnologias digitais.

Essas barreiras não se apresentam apenas aos profissionais que já estão atuando no mercado de trabalho, mas aos futuros profissionais da educação, uma vez que há um descompasso entre a preparação universitária e as aprendizagens necessárias "a respeito dos usos das mídias e tecnologias em contextos formativos" (Fantin, 2012, p. 446). Para suprir as necessidades de formação que envolvem as competências midiáticas de "educar *para/sobre* as mídias, *com* as mídias e *através* das mídias" (Fantin, 2012, p. 438), os docentes e futuros docentes buscam formas alternativas, tais como: cursos de extensão e especialização; e formação continuada e permanente (Fantin & Rivoltella, 2010).

No combate à crise da verdade factual (Bucci, 2019, p. 9) e na tentativa de reverter o movimento de desconfiança nas instituições democráticas como a imprensa e a política (Bennet & Livingston, 2018), a aproximação entre escola, docentes, estudantes e o mundo digital têm se mostrado positiva, como no caso

¹² Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/escola-de-gestores-da-educacao-basica/30000-uncategorised/61911-base-nacional-comum-curricular-bncc-2>. Acesso em: 15/12/2023, às 17h55.

¹³ Sobre proposta de referência para a construção do currículo da Educação Básica, BNCC/Brasil, ver: <https://curriculo.cieb.net.br/>. Acesso em: 26/12/2023, às 10h15.

¹⁴ Devido a complexidade que envolve o processo da BNCC e dos aspectos que ainda estão em discussão em diversas instâncias, neste momento não iremos aprofundar esta reflexão. Ver <https://www.anped.org.br/content/anped-e-bncc-luta-resistencia-e-negacao>. Acesso em: 26/12/2023, às 10h20.

¹⁵ Disponível em: <https://gestrado.net.br/pesquisas/trabalho-docente-em-tempos-de-pandemia-cnte-contee-2020/> <>. Acesso em: 10/08/2023, às 16h25.

da Finlândia, cuja temática da alfabetização midiática está em pauta desde 2016.¹⁶ Iniciativa também adotada por países como Dinamarca, Holanda, Suécia, Estônia e Finlândia, que hoje estão no topo do Índice de Alfabetização em Mídia, segundo relatório publicado, em 2019, pelo *Media Literacy Index*¹⁷, realizado pela *European Policies Initiative (EuPI)* do *Open Society Institute*, em Sofia, Bulgária.

Desde a Declaração de Grunwald de 1982¹⁸ e, conseqüentemente ao trabalho do *New London Group* (Cope & Kalantzis, 2000) no âmbito das Multiliteracies, a temática da mídia-educação vem sendo debatida, levando até mesmo a Unesco a fomentar programas que desenvolvam uma educação midiática com ênfase nas habilidades críticas aos cidadãos. No entanto, a alfabetização informacional e a literacia midiática só ganharam maior notoriedade a partir da percepção de que os usuários da rede se tornaram protagonistas da construção das mensagens.

O processo de mundialização da cultura em decorrência da ampliação da tecnociência e do consumo das mídias colocaram em "xeque" questões globais e existenciais (Fantin & Rivoltella, 2013). O sentimento de pertença a um "mundo sem fronteiras" transcende as barreiras do tempo/espaço, transformando redes, aplicativos e instrumentos em locais para construção de identidades, principalmente entre os mais jovens. Ao se tentar explicar o fenômeno da cultura digital não é possível apenas realizar a associação entre as duas palavras; trata-se antes de tudo de compreender "os tipos de signos que circulam nesses meios, os tipos de mensagem e processos de comunicação que neles se engendram" (Santaella, 2003, p. 24).

Baseada na *intermedialidade*, na *portabilidade* e na *personal media*/mídia pessoal, a cultura digital se imbricou à cultura juvenil fazendo com que os objetivos de socialização, encontro, convivência, troca e busca pela própria identidade – comuns em todas as gerações (Boyd, 2015) - fossem transportados através da utilização de tecnologias digitais, plataformas e *apps* móveis. Sendo assim, as complexas constituições e análises das culturas juvenis, inseridas numa sociedade digital (Aguilera Ruiz (2009), perpassam pela ótica de compreender a condição de produto-produtora de cenários comunicativos e da forma de interpretação que os jovens têm de si e dos outros, além de suas representações em diferentes instâncias sociais, já que a juventude se tornou "sujeitos de si e sujeitos do mundo" (Borelli & Rocha, 2008, pp. 28-29) via meios tecnológicos e ações transterritoriais que ultrapassam fronteiras urbanas.

A literacia midiática dentro/fora da escola é fundamental para que os jovens naveguem com segurança e aprendam as formas adequadas de fazê-lo com responsabilidade. Propostas como feitas por autoridades públicas europeias englobando soluções multiníveis com formação da classe política, regulamentação do mercado, participação da mídia e o compromisso de uma literacia midiática formal e informal (Sábada & Salavería, 2023) surgem como ações de enfrentamento contra a desinformação. Entretanto, para que surtam efeito precisam contar com a participação efetiva das pessoas e de mediação educativa.

Metodologia, contextos e dados da pesquisa

¹⁶ Uma reportagem publicada em janeiro de 2023 no The Guardian mostrou como a educação midiática foi introduzida no currículo das escolas finlandesas desde 2016, privilegiando o pensamento crítico e o contato com informações produzidas nas mais diversas plataformas. Disponível em: <https://educamidia.org.br/o-que-a-finlandia-pode-nos-ensinar-sobre-fake-news/> Acesso em : 19/12/2023, às 13h23.

¹⁷ Disponível em: <https://osis.bg/?p=3356&lang=en>. Acesso em: 11/-02/2023, às 14h31.

¹⁸ Disponível em: <https://milobs.pt/wp-content/uploads/2018/06/Declaracao-de-Grunwald.pdf><> Acesso em: 10/02/2023, às 18h18.

O texto em questão é um recorte da tese de doutorado intitulada “Percepções de jovens estudantes sobre *fake news*/desinformação: implicações na vida em sociedade e as possibilidades educativas na escola” (Ongaro, 2023)¹⁹. O problema de pesquisa buscou identificar como os processos de interpretação, interação, produção e difusão de desinformação vem sendo compreendidos e utilizados pelos jovens estudantes, sendo que seu objetivo geral propôs identificar as percepções dos jovens estudantes sobre a desinformação, discutindo as formas de acesso, interpretação, checagem e compartilhamento de notícias e mensagens falsas e/ou verdadeiras, visando a elaboração de propostas educativas na escola.

As hipóteses iniciais sugeriam que: o capital cultural dos jovens atuava em alguma medida à escolha da notícia, bem como a credibilidade dada à informação; as informações divulgadas pelas redes sociais e compartilhadas pelos pares teriam mais credibilidade do que as notícias recebidas via meios de comunicação de massa (televisão, rádio, jornal); e a escola seria um espaço importante para refletir sobre as fake news e desenvolver competências midiáticas entre os estudantes que por sua vez poderiam multiplicar entre seus pares, familiares e comunidade.

A pesquisa empírica se deu entre os anos de 2021 e 2022, em plena pandemia de Covid-19, o que fez com que a coleta e construção de dados durante o período de isolamento social tivesse que ser readaptada do formato presencial para o remoto. Buscou-se identificar como os processos de interpretação, interação, produção e difusão de desinformação são compreendidos e utilizados por jovens estudantes com idade entre 14 e 21 anos, pertencentes a escolas públicas e privadas das cidades de Curitiba e Colombo, localizadas no estado do Paraná, na região Sul do Brasil.

Ao final do ano de 2021 (de forma *online*, entre os dias 03/11/2021 e 04/12/2021) e no início de 2022 (de maneira presencial, durante o processo de reabertura e volta às aulas, nos dias 28 e 29 de março), dois grupos participaram das atividades propostas.

O Grupo 1, composto por cinco jovens estudantes do Ensino Fundamental II e Médio, com idade entre 14 e 16 anos, sendo duas mulheres e três homens; e o Grupo 2, composto por nove jovens universitários com idade entre 17 e 21 anos, sendo quatro mulheres e cinco homens.

No convite para a participação na pesquisa de forma voluntária e aleatória, o grupo se diferenciou por faixa etária (quatro com 14 anos, uma com 16 anos, um com 17 anos, um com 18 anos, cinco com 19 anos, um com 20 anos e um com 21 anos), grau de escolaridade (Ensino Fundamental II, Ensino Médio e universitários) e condição socioeconômica.

É importante destacar que apenas duas estudantes pertenciam a instituições públicas localizadas em Curitiba e em Colombo, os demais eram de instituições privadas pertencentes a ambos os municípios. Embora essa distinção tenha sido observada, não houve diferenciação significativa no resultado da pesquisa já que ambos os grupos apresentaram preocupação e atitudes semelhantes em relação ao processo de desinformação, conforme relatado no decorrer da coleta de dados.

O estudo de caráter exploratório foi orientado por uma metodologia qualitativa com a proposta de uma intervenção didática de dimensões colaborativas.

¹⁹ Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/249999>.

A aproximação a uma concepção filosófica de construtivismo social considera que os indivíduos procuram entender o mundo em que vivem e trabalham, baseando-se em discussões ou interações com outras pessoas (Creswell, 2010, p.31).

Fundamentada em estudos da Educação e da Comunicação, a pesquisa buscou analisar o fenômeno da desinformação na sociedade contemporânea no intuito de compreender as implicações no cotidiano dos adolescentes/jovens no contexto da cultura digital.

Caracterizada pela intermedialidade, portabilidade e transmidialidade (Rivoltella & Fantin, 2012), a cultura digital propicia novos ambientes socioculturais (Santaella, 2003) e multimídias (Rivoltella, 2003).

A metodologia e o desenho da pesquisa podem ser assim sintetizados no infográfico a seguir:

Infográfico 1: Desenho da pesquisa

Metodologia




- ## TEMA

A percepção da desinformação por parte de jovens estudantes de um contexto sociocultural brasileiro
- ## PROBLEMA DE PESQUISA

Como os processos de interpretação, interação, produção e difusão de desinformação são compreendidos e utilizados pelos jovens estudantes?
- ## OBJETIVO

Identificar as percepções dos jovens estudantes sobre a desinformação, discutindo as formas de acesso, interpretação, checagem e compartilhamento de notícias e mensagens falsas e/ou verdadeiras, visando a elaboração de propostas educativas na escola.
- ## QUEM, COMO E QUANDO?

Entre os anos de 2001 e 2022, de forma presencial e online, com estudantes em idade entre 14 e 21 anos, pertencentes a escolas públicas e privadas das cidades de Curitiba e Colombo, localizadas no estado do Paraná, na região Sul do Brasil.
- ## PESQUISA

De caráter exploratório, através de metodologia qualitativa com a proposta de uma intervenção didática de dimensões colaborativas. Fundamentou-se ainda em uma concepção filosófica de construtivismo social.
- ## QUESTIONÁRIO E OFICINAS

Questionário inicial com o intuito de identificar as competências midiáticas dos adolescentes/jovens.
Oficinas sobre desinformação no contraturno escolar.
Eixos de análises: eixos de análise: 1. Percepções/Impressões; 2. Apropriação dos conteúdos (checagem/reconhecimento); e 3. Confiabilidade e compartilhamento (de dados produzidos/recebidos) por jovens pelas redes.




Imagens produzidas em IA/Bing.

Fonte: elaboração própria.

Entender como os jovens participam da configuração cultural de sua época nesse universo complexo e dinâmico das mídias digitais contemporâneas possibilita indagar pelo pensamento crítico e reflexivo sugerido pela *Media Education* e seus aspectos-chave (Buckingham, 2019). Refletir sobre como estes estudantes – que dispõem de ferramentas poderosas e muitas delas cabem na palma das mãos – trocam saberes, expõem suas ideias, produzem e compartilham conteúdos, também remete a problematizar as formas de homologação da cultura. Ou seja, é fundamental refletir sobre um espaço em que se pode “*mexericar*,

namorar, queixar-se, comparar experiências, partilhar paixões, emocionar-se e divertir-se". (Boyd, 2015, p. 39).

A aproximação aos adolescentes/jovens num ambiente online e também no presencial propiciou interpretar certos significados atribuídos pelos diferentes grupos, pertencentes a regiões e condições socioeconômicas distintas. Tais percepções foram anotadas/registradas em um Diário de Campo, utilizado para identificar informações sobre os sujeitos da pesquisa, suas reações, contando ainda com narrativas sobre os acontecimentos ocorridos durante o processo e as atividades desenvolvidas, bem como em conversas sobre a temática, dentro de uma perspectiva descritiva. Os registros também foram úteis durante o processo analítico-reflexivo, assim como nas análises posteriores.

A proposta incidiu tanto na observação de certas práticas midiáticas do grupo como no desenvolvimento de atividades reflexivas sobre a desinformação. Ao aplicar dois questionários *online*, sendo o primeiro para identificar as competências midiáticas dos jovens e o segundo para avaliar a participação e o que mudou antes e depois da oficina, foi possível chegar a uma correlação entre algumas semelhanças e diferenças entre os jovens estudantes participantes da pesquisa.

Para a coleta de dados a opção foi a realização de oficinas no período do contraturno²⁰, com grupos distintos em relação à idade e à fase de escolaridade. O primeiro grupo participaria no ano de 2021 e seria composto por estudantes entre 14 e 16 anos, do Ensino Fundamental II e do Ensino Médio²¹. Em decorrência da pandemia de Covid-19 e o consequente isolamento social, este grupo participou única e exclusivamente no formato remoto. Em 2022, o grupo entre 17 e 21 anos, do curso de Marketing de uma faculdade particular de Curitiba/PR, participou de forma semipresencial, em ambas as modalidades.

Destaca-se que a análise do perfil midiático dos sujeitos, com aplicação de questionário na plataforma *google forms*, foi realizada através de perguntas elaboradas com base no Quadro Europeu de Competências Digitais, também denominado DigComp, cuja última versão é datada de 2017. As 25 perguntas de forma aberta e de múltipla escolha (RM), nos padrões matriz e *Net Promoter Score* (NPS), buscaram analisar as competências de: literacia de informação e dados; comunicação e colaboração; criação de conteúdo digital; segurança; e resolução de problemas.

Com o intuito de contemplar os diferentes aspectos na interação *online*, e na tentativa de garantir interações em contextos formativos (contextos socioculturais, especificidades dos dispositivos e artefatos da cultura digital, multiletramentos e aprendizagem significativa), optou-se pelo uso do *Zoom Meeting* para viabilizar as oficinas com os jovens. A plataforma foi escolhida por disponibilizar recursos diversos e apresentações interativas: compartilhamento de slides; vídeos e fotos; possibilidade de interação entre os pares através da formação de grupos de discussão; criação de canais; cenários virtuais; possibilidade de construção de *digital storytelling*; além da gravação das oficinas.

Vale ressaltar que o *digital storytelling*, em diálogo com o conceito de transmídia (Scolari, 2018), pode ser entendido como uma proposta educativa que auxilia no trabalho da compreensão midiática. Brittes & Catarino (2018) destacam que o *digital storytelling* proporciona aos estudantes uma movimentação entre

²⁰ Em geral, a educação básica no Brasil é de meio período, matutino ou vespertino, e o contraturno escolar diz respeito ao período oposto do horário regular frequentado pelo estudante na escola no qual são ofertadas atividades complementares, visando a ampliação do processo ensino-aprendizagem. Identifica-se como uma extensão do período regular, conforme orientado pela Base Nacional Comum Curricular (BNCC).

²¹ No Brasil, o Ensino Fundamental II equivale ao EB 2 e 3, em Portugal, e o Ensino Médio, equivale ao Secundário, em Portugal.

plataformas e a compreensão de quando e como podem interagir. Portanto, pode assim ser compreendido como uma ferramenta importante para discussões sobre o processo e os riscos da desinformação na sociedade contemporânea.

Optou-se ainda pela realização de atividades baseadas em metodologias ativas e ferramentas atrativas para o público jovem. A gratuidade no uso de ferramentas tecnológicas também foi levada em consideração. Foram utilizados recursos como: *Mentimeter*, para a criação de nuvens de palavras; *Jambord* para desenvolver formas criativas de escrita; *Canva*, para a produção de conteúdos visuais; *Garticphone*, para uso de games; e *Kahoot*, para *quizzes*.

Em relação às oficinas, todos os encontros – nove *online*, com duração de 60 minutos cada, e dois dias (ou oito horas) de encontro presencial – contaram com a participação efetiva dos adolescentes/jovens, sendo que a todo momento eram abertas discussões sobre a temática, com a possibilidade de expor a opinião através do uso do áudio, vídeo ou mesmo *chat*. O estímulo à problematizações que envolvem questões sobre os “riscos” e implicações da desinformação e das *Fake News* também constituíram o processo de pesquisa e o desenvolvimento das oficinas. As análises dos comentários dos jovens estudantes partiram ainda da compreensão sobre o percurso da informação nas redes e a identificação de informações verdadeiras/falsas.

Durante o desenvolvimento das oficinas, os estudantes foram estimulados a analisar vários elementos, entre eles: fotografias e matérias publicadas na mídia tradicional e *online*; vídeos sobre a temática da desinformação; os gêneros textuais que constituem a notícia; charges, tirinhas e outros recursos gráficos; termos jornalísticos; análise do trabalho da imprensa profissional; e informações compartilhadas e recursos utilizados nas redes sociais, com os usos de artifícios que compõem o processo de (des)informação. Em todos os momentos os jovens puderam anotar opiniões e retratar o que aprenderam através de relatos pessoais e coletivos, utilizando todos os recursos disponíveis na plataforma *online*.

As temáticas abordadas no decorrer das oficinas contemplaram os seguintes eixos de análise: 1. Percepções/Impressões; 2. Apropriação dos conteúdos (checagem/reconhecimento); e 3. Confiabilidade e compartilhamento (de dados produzidos/recebidos) por jovens pelas redes.

Destaca-se ainda que ao término das oficinas, os adolescentes/jovens ainda puderam analisar, através de relatos pessoais, e responder ao questionário final como a participação nas oficinas contribuiu ou não para o entendimento sobre a desinformação e como esse conhecimento adquirido durante o processo pode ser utilizado cotidianamente. E ainda comentaram sobre o que ajuda a torná-los protagonistas e multiplicadores do saber, tanto na relação entre seus pares quanto em relação à própria sociedade.

Dos relatos feitos pelos adolescentes/jovens ao término das oficinas, alguns mereceram destaque e podem ser conferidos abaixo:

"Aprendi muitas coisas interessantes. Mudei meu modo de ver as notícias. Agora, com certeza, vou prestar mais atenção. Aconselho a cada pessoa que sempre pesquise antes de compartilhar algo, pois você pode prejudicar muitas pessoas que ao menos conhece". (B, 14 anos)

"A informação está em todos os lugares da nossa vida e molda a nossa sociedade. Quando há alguma coisa que é falsa, pode trazer muitos problemas na vida das pessoas. Pode afetar até mesmo a saúde. No caso de uma pessoa desesperada pelo emagrecimento, por exemplo, se ela receber uma notícia que diz que comer espinhos ajuda na perda de peso ela vai comer, e pode morrer. Não é uma coisa engraçada. É preocupante e urgente". (MV, 14 anos)

"Uma informação falsa pode gerar um problema gigantesco. Agora sempre fico com um pé atrás quando vejo notícias e analiso se o site que consultei é confiável". (Mítico, 18 anos)

Resultados e discussão

As dificuldades em decorrência da pandemia e as mudanças no cenário de coleta de dados não impediram que reflexões importantes e pistas significativas fossem encontradas durante os encontros remotos realizados com os jovens estudantes brasileiros. Destaca-se que os dados resultantes desta pesquisa serão importantes para pesquisas futuras que envolvam tanto a temática da mídia-educação quanto o papel da escola no combate ao vírus da desinformação, cada dia mais presente na sociedade contemporânea.

A utilização de ferramentas tecnológicas, que fazem parte do cotidiano dos adolescentes/jovens (Boyd, 2015), e a realização de oficinas durante toda a coleta de dados se mostraram alternativas bem-sucedidas tanto para as discussões que envolveram a temática proposta, bem como para o processo de ensino-aprendizagem fazendo com que os jovens pudessem trocar experiências com seus pares. Lembrando que os encontros promoveram discussões acerca das seguintes questões: o que é notícia; riscos ao se compartilhar uma informação inverídica; consequências de falsas informações proliferadas via redes para a imagem e a vida de pessoas e organizações; análise correta de dados divulgados através das mídias digitais, imagens e notícias; as fontes de informação; a linguagem e o trabalho da mídia tradicional; e o poder dos algoritmos. Por fim, o momento deu vez e voz aos jovens que nem sempre dispõem de espaço para expor suas ideias de forma crítica e analítica aos adultos.

Oportunizou-se ainda situações em que as informações pautadas, discutidas e analisadas sobre a temática da desinformação e trabalhadas durante todas as nove oficinas se transformaram em conhecimento e gosto pelo ato de aprender (Moran & Masetto & Behrens, 2007; & Coutinho & Lisbôa, 2011). Destacando que o domínio da informação (Bucci, 2019, 2021) é uma das principais riquezas da sociedade capitalista do século XXI, numa sociedade de hipermediações (Orozco-Gómez, 2014) composta por novos dispositivos e interfaces. Num universo antagônico, permeado pelas redes digitais e seus dispositivos e ferramentas, os jovens convivem de um lado entre a magia da diminuição de fronteiras e modificações das experiências cotidianas e de outro a alteração dos processos de produção/consumo (Gómez Pérez, 2015, p. 15) da gestão de matérias-primas para o gerenciamento da informação.

Entretanto, antes mesmo de adentrar na concepção de como os jovens compreendem / percebem / compartilham a informação nas redes foi necessário identificar as competências digitais dos sujeitos no intuito de desvendar questionamentos tais como: de que forma os jovens protegem seus dados? Eles criam conteúdos? Como compartilham informações entre seus pares? Sabem identificar um conteúdo inverídico? Afinal, à mídia-educação não cabe apenas ensinar a ler e escrever nas plataformas ou mesmo manusear as inúmeras ferramentas disponíveis e que se tornam obsoletas num piscar de olhos. Para que os jovens possam participar ativamente desta nova estrutura social cabe à escola ensinar a "aprender a linguagem da tela, das tecnologias da interrupção que chega a ser tão necessário como a alfabetização relacionada com a leitura e a escrita verbais" (Gómez Pérez, 2015, p. 21).

Algumas pistas interessantes surgiram durante o questionário *online* e merecem destaque em relação às competências digitais apresentadas pelo grupo pesquisado. Lembrando que competências podem ser compreendidas como a combinação de atitudes, habilidades e instrumentos (Ferrés & Piscitelli, 2015), a

expertise em lidar com o ciclo informacional ou com as tecnologias da informação e contextos informacionais (Miranda, 2004), ou ainda um processo contínuo de habilidades específicas tendo como habilidade a compreensão da informação em busca de fluência para geração do conhecimento (Beluzzo, 2005).

Em relação à Literacia de Informação e de Dados, os sujeitos pesquisados mostraram compreender o papel que as TIC (Tecnologias da Informação e da Comunicação) desempenham na sociedade contemporânea e se preocupam com os impactos de fatos inverídicos que constantemente são disseminados pelas redes. A preocupação ficou clara ao afirmarem que costumam checar dados e fontes antes de compartilharem qualquer tipo de informação. Além disso, são autoavaliadores do próprio consumo, reconhecendo ainda que necessitam de um orientador para guiá-los no mundo digital, principalmente quando decidem produzir e divulgar conteúdos.

No que se refere à comunicação e à colaboração, os jovens confirmaram que sentem necessidade de interação e convivência nas redes. A partilha entre amigos é o foco principal da navegação *online*, seguida de estudo e divertimento. Os memes lideram as postagens dos jovens que participaram da pesquisa, seguido por fotos, músicas e vídeos. Os conteúdos de cunho satírico são postados com frequência até mesmo para angariar "audiências". Vale ressaltar que ao se aventurarem nas postagens os jovens garantem um espaço de fala e de produção autônoma, iniciativas normalmente vigiadas pelos adultos (pais e professores). *Instagram* e *Tik Tok* foram confirmadas como as plataformas do momento e os espaços preferidos para a criação de conteúdo digital. Entretanto, pelas respostas dadas os jovens mostraram preocupação em relação à produção de conteúdo. Antes de postarem qualquer coisa consultam fontes oficiais e nunca buscam produzir algo apenas para receber *likes*. Ao criarem conteúdos, almejam diversão, entendimento sobre determinado assunto e contribuir como jovens protagonistas para a sociedade.

No quesito segurança os jovens da pesquisa se mostraram cautelosos ao fornecer dados via redes. Afirmaram ter a capacidade de compreensão sobre os *algoritmos* e sobre seu alcance, na maioria das vezes nocivo. Para se proteger e não serem manipulados facilmente tentam manejar suas identidades *offline*, controlando inclusive o fornecimento de dados privados.

Na segunda etapa, com a realização das oficinas e atividades práticas na modalidade *online*, pontos específicos também remetem para caminhos significativos na tentativa de compreender e entender as impressões dos jovens estudantes pesquisados sobre a temática da desinformação. Serão apresentadas aqui as descobertas mais relevantes em relação às atividades propostas durante os encontros.

A primeira delas refere-se às expressões apontadas pelos jovens durante a realização da atividade de nuvens de palavras. Estimulados a analisarem figuras que remetiam à história da comunicação, suas ferramentas tecnológicas e a evolução humana, os jovens destacaram expressões como coletividade, interatividade, liberdade e independência. Os termos sugeridos com maior frequência remeteram a estudos de Tapscott (1999), Boyd (2014), Gómez (2015), Orozco-Gómez (2014), Pais (2006), entre outros, corroborando o entendimento sobre os desejos juvenis e suas perspectivas em relação ao universo digital.

A conceituação de *Fake News*, popularmente conhecida, também faz parte do universo juvenil. Para os estudantes o termo ainda tem a conotação de "notícias falsas", o que pode ocasionar confusão entre o trabalho jornalístico profissional e a atuação de grupos ou pessoas interessadas em proliferar falsas informações pela rede²². No entanto, percepções e conceituações interessantes surgiram no decorrer das

²² Ressaltando que, no segundo caso, ao contrário do trabalho da mídia profissional, não há consulta a fonte de informações.

oficinas e estão relacionadas diretamente à conceituação de desinformação. São elas: notícia que chama a atenção pelo título; notícia sem fundamento; informações falsas e incoerentes; intenção de engajamento; e sem fonte.

A necessidade de pertencimento a um grupo não foi apontada pelos jovens como motivo para compartilhar ou mesmo curtir uma mensagem na rede social. Antes de tal atitude, os estudantes afirmaram que preferem checar a veracidade dos fatos, mesmo que isso faça com que se afastem do grupo ou colega em questão. Sendo assim, o grupo se mostrou cauteloso, responsável e preocupado com o que está sendo divulgado pelos pares.

A atividade que propôs o reconhecimento de notícias falsas/verdadeiras foi a que mais causou perplexidade por parte dos sujeitos da pesquisa. Embora, no questionário de competências, os participantes tenham informado que conseguem descobrir quando a notícia não é verdadeira, isso não se confirmou na prática. Durante a atividade com a plataforma *Jamboard*, apresentando notícias verdadeiras/falsas e de grande circulação nas redes sociais, raramente foram identificadas com precisão as que eram verdadeiras em relação às falsas, o que fez com que os participantes assumissem que esta atividade cotidiana é mais difícil do que parece, sendo necessário um exercício crítico constante ao que é divulgado pelas redes.

Destaca-se ainda que, embora com diferenciação de idade e realidades socioeconômicas distintas, os estudantes apresentaram as mesmas preocupações e cuidados em relação à desinformação.

Nos surpreendeu no processo de coleta de dados que os mais jovens de ambos os grupos pesquisados, ou seja, os que estavam na faixa etária dos 14 aos 16 anos, fossem ainda mais atentos em relação às informações inverídicas disseminadas via redes, buscando ter maior cuidado e demonstrando atenção redobrada tanto ao curtir informações postadas por seus pares (ou mesmo desconhecidos), quanto ao compartilhar as informações que chegam até eles. A checagem da fonte se apresentou primordial para esse grupo.

Para finalizar, “por mais estranho que possa parecer”, já que este é um público altamente conectado nas redes, a mídia tradicional (televisão, rádio, jornal impresso e site de notícias) foi apontada pelos jovens estudantes que participaram da pesquisa como o meio mais confiável de receber informações. Afirmação que pode ser comprovada tanto na declaração dos jovens durante as oficinas quanto nos dados do questionário inicial. Estes ainda são considerados como os mais confiáveis pelos jovens participantes da pesquisa.

Pistas para o futuro

O entendimento dos jovens pesquisados e suas percepções em relação à desinformação levaram a pistas que podem nortear pesquisas futuras sobre a temática, aproximando cada vez mais campos teóricos concernentes à Educação e à Comunicação. A primeira pista refere-se ao papel da própria escola na compreensão sobre o complexo fluxo comunicacional e o entendimento dos estudantes sobre a temática da desinformação. A escola, como uma instituição social que integra e está em constante interação com a realidade, abordando diferentes processos e tempos históricos por meio de seus projetos e programas curriculares, necessita considerar as demandas paradigmáticas de nosso tempo e trazer tais discussões para o interior das salas de aulas.

Ainda mais quando a pesquisa revela que o ambiente escolar, segundo os jovens participantes, pouco ou nenhuma vez se mostra atento a inserir discussões atuais ou mesmo que norteiam a grande mídia, deixando passar a oportunidade enriquecedora de uma conexão entre o currículo escolar, as disciplinas e assuntos pertinentes ao cotidiano dos alunos. Até mesmo o acesso à rede é raro no ambiente escolar, sendo disponibilizado apenas àqueles que dispõem de pacotes pré-pagos ou pós-pagos de dados móveis, o que inviabiliza principalmente alunos em situação de vulnerabilidade socioeconômica.

A pesquisa também revelou a preocupação dos jovens em relação aos conteúdos compartilhados por eles e por seus pares. Tanto, que essa evidência se comprova quando há a checagem de informações ou até mesmo o cuidado ao “curtir” uma mensagem que não tenha sido devidamente checada. Conversas sobre notícias acontecem entre os grupos, mas não são práticas constantes, mesmo que os estudantes da pesquisa tenham acesso diário às redes e equipamentos, conforme informaram no questionário de competências.

Novos olhares surgem nesta perspectiva como a possibilidade de outros setores poderem contribuir no processo de orientação de jovens e até mesmo da sociedade civil como um todo. Por que caberia apenas às instituições formais de ensino se preocuparem com a temática da mídia-educação e, conseqüentemente, da desinformação? A própria mídia profissional, com seu poder de alcance, apresenta a capacidade de não só criar projetos voltados a esta temática como de se aproximar das instituições de ensino e dos profissionais que a compõem, com possibilidades de treinamento e orientação. Sem contar com a ajuda de Organizações da Sociedade Civil, cujas estruturas e material humano podem ser utilizados para tais fins.

A busca de pistas ainda perpassa pela percepção, pelo menos do grupo analisado, sobre a mídia tradicional. A pesquisa aponta para a confiança destes jovens em relação a veículos como a televisão, o rádio e a mídia impressa. Por mais surpreendente que possa parecer, já que esses jovens “respiram” o universo tecnológico contemporâneo e digital, é por meio destes veículos que se mantêm mais informados. Embora este grupo tenha feito tal afirmação, a mesma situação não se verifica em outros estados brasileiros e até mesmo em outros países, por exemplo, conforme estudo elaborado pela Skema Publika, *think tank* da Skema Business School²³.

No estudo supracitado, foram analisadas postagens de mídia social cujos tópicos políticos foram: grande mídia e imprensa; redes sociais; segurança; novas tecnologias; e mundo do trabalho. Pelos dados do relatório os jovens estariam se afastando dos meios de comunicação tradicionais como fonte primária de notícias, dando prioridade às redes sociais. Os jovens estadunidenses associam “notícias falsas” a “mídia/imprensa”, 10,5 vezes mais do que nas mídias sociais. No Brasil, as opiniões sobre a mídia tradicional também se mostraram negativas, ao contrário da mídia social que se apresentou mais favorável.

Outra pesquisa que merece destaque é a dissertação de André Ricardo Carbone (2022)²⁴. O estudo se debruçou em entrevistas com um grupo de doze jovens com idade entre 18 e 21 anos, moradores da cidade de São Paulo. A pesquisa revelou que os jovens entrevistados têm confiança em poucos veículos da mídia tradicional, principalmente os que detêm os direitos de transmissão de jogos de futebol. A credibilidade sobre informações que abordam a transferência de jogadores é colocada em xeque. Há ainda falta de

²³ Divulgado em 2022 e intitulado “EYES 2021 (Emergy Youth Early Signs)”, o estudo contou com 2,8 milhões de pessoas entrevistadas, com idade entre 18 e 24 anos, que moram nos Estados Unidos, Brasil, China, França e África do Sul. A pesquisa feita pela Skema mostrou uma profunda e generalizada desconfiança com a mídia tradicional, entre jovens dos cinco continentes. Disponível em: <https://publika.skema.edu/><>. Acesso em: 28/06/2023, às 15h.

²⁴ Carbonare, André. Desinformação e competências midiáticas: consumo de notícias esportivas pelos jovens paulistas. ESPM: São Paulo: 2022. Disponível em: https://tede2.espm.br/bitstream/tede/618/2/Andre_ricardo_carbone.pdf<>. Acesso em: 28/06/2023, às 15h02.

confiança em notícias de veículos com tendências sensacionalistas e que costumam utilizar manchetes de cunho agressivo. A imparcialidade de jornalistas e comentaristas dos veículos de comunicação oficiais também foram questionados pelos pesquisados.

A contradição entre os grupos das pesquisas aqui elencadas deixa explícito que ainda há um longo caminho a ser trilhado para a real compreensão sobre os olhares dos jovens, suas competências e consumos midiáticos. Entretanto, somente pesquisas com diferentes grupos e em condições distintas (culturais, sociais e econômicas) podem traçar outros dados para complementar e ampliar as reflexões aqui produzidas. Informações estas que podem e devem ser utilizadas em políticas públicas que garantam uma educação midiática que amenize os estragos causados pela onda ou pelo vírus da desinformação.

Referências Bibliográficas

- Aguilera Ruiz, O. (2009). Los estudios sobre juventud en Chile: coordenadas para un estado del arte. Última década, 17(31), 109-127. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-22362009000200007>
- Aïmeur, E., Amri, S & Brassard, G. (2023). Fake news, disinformation and misinformation in social media: a review. *Social Network Analysis and Mining*, 13(30), 1-36. <https://link.springer.com/article/10.1007/s13278-023-01028-5>
- Belluzzo, R. (2005). *A competência em informação: um fator de integração entre a biblioteca e a escola*. Curitiba: Anais CBBB.
- Barreto Junior, I. (2020). Fake news e discurso do ódio: estratégia de guerra permanente em grupos de *Whatsapp*. In: RAIS, Diego (coord). Fake news e a conexão entre desinformação e o direito. São Paulo: Thomson Reuters Brasil.
- Bennett, L. & Livingston, S. (2018) The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *Sage Journals*, 33(2), 122–139. <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>
- Borelli, S. H. S. & Rocha, R. M. (2008). Juventudes, mídiatizações e nomadismos: a cidade como arena. *Comunicação Mídia e Consumo*, 5(13), 27–40. <https://doi.org/10.18568/cmc.v5i13.125>
- Boyd, D. (2015). *É complicado. As vidas sociais dos jovens em rede*. Lisboa: Editora Relógio D`Água.
- Bucci, E. (2019). Existe democracia sem verdade factual? Barueri/ SP: Estação das Letras e Cores.
- Bucci, E. (2021). *A superindústria do imaginário. Como o capital transformou ou olhar em trabalho e se apropriou de tudo o que é visível*. Belo Horizonte: Autêntica.
- Bucci, E. (2023). *Incerteza, um ensaio. Como pensamos a ideia que nos desorienta (e orienta o mundo digital)*. Belo Horizonte: Autêntica.
- Buckingham, D. (2003). *Media education: literacy, learning and contemporary culture*. Cambridge: Polity.
- Buckingham, D. (2019). *The media education manifesto*. Cambridge, Londres: Polity Press.
- Brites, M., Amaral, I. & Catarino, F. (2018). A era das "fake news": o digital storytelling como promotor do pensamento crítico. *Journal of Digital Media & Interaction*, 1(1), 85-98.
- Charaudeau, P. (2012). *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto. <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/55530>
- Cope, B. & Kalantzis, M. (Eds) (2000) *Multiliteracies: literacy learning and the design of social futures*. New York: Routledge.

- Coutinho, C. & Lisbôa, E (2011). Sociedade da informação, do conhecimento e da aprendizagem: desafios para a educação no século XXI. *Revista da Educação*, XVIII(1), 5-22. <https://hdl.handle.net/1822/14854>
- Creswell, J. (2010) Métodos qualitativo, quantitativo e misto. Porto Alegre: Artmed.
- Da Empoli, G. (2019). *Os engenheiros do caos. Como as fake news e os algoritmos estão sendo utilizados para disseminar ódio, medo e influenciar eleições*. São Paulo: Vestígio.
- D`Ancona, M. (2018). *Pós-verdade. A nova guerra contra os fatos em tempos de fake news*. Barueri: Faro Editorial.
- Fantin, M. (2012). Mídia-educação no ensino e o currículo como prática cultural. *Currículo sem fronteira*, 12(2), 437-452. <https://www.curriculosemfronteiras.org/vol12iss2articles/fantin.htm>
- Fantin, M. & Rivoltella, P. C. (2010). Crianças na era digital: desafios da comunicação e da educação. *Revista Estudos Universitários*, 36(1), 89-104. <https://periodicos.uniso.br/%20reu/article/view/464>
- Ferrés, J. & Piscitelli, A. (2015). Competência midiática: proposta articulada de dimensões e indicadores. *Lumina. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação*, 9(1), 1-16. <https://periodicos.uff.br/index.php/lumina/article/view/21183>
- Gómez, Á. I. P. (2015). *Educação na era digital. A escola educativa*. Porto Alegre: Penso.
- Gross, C. (2020) Fake news e democracia: discutindo o *status* normativo do falso e a liberdade de expressão. In: RAIS, D. (coord). *Fake news e a conexão entre desinformação e o direito*. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020.
- Hobbs, R. (2017). *Mind over media: analisando a propaganda contemporânea*. Media Education Lab <https://mediaeducationlab.com/hobbs-talks-about-fake-news-italy>
- Hobbs, R. (2023). *Educação midiática para além da notícia contra a exploração do medo*. São Paulo: Porvir. <https://porvir.org/educacao-midiatica-para-alem-da-noticia-e-contr-a-exploracao-do-medo/>
- Miranda, S. V. (2004). Identificando competências informacionais. *Ciência da Informação*, 33(2), 112-122. <https://doi.org/10.18225/ci.inf.v33i2.1053>
- Moran, J. M. & Masetto, M. T. & Behrens, M. A (2007). *Novas tecnologias e mediação pedagógica*. Campinas, SP: Papirus.
- Ongaro, V. (2023). *Percepções de jovens estudantes sobre fake news/desinformação: implicações sobre a vida em sociedade e as possibilidades educativas na escola*. Tese de Doutorado, PPGE/UFSC. Florianópolis. <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/249999>
- Orozco-Gómez, G. (2014). *Recepções midiáticas, aprendizagem e cidadania*. São Paulo: Editora Paulinas.
- Pais, J. M. (2006). Buscas de si: expressividades juvenis. In I. M. Almeida, F. Eugenio. (Orgs.), *Culturas jovens: novos mapas do afeto* (pp. 7-21). Rio de Janeiro: Zahar.
- Pangrazio, L. (2018). What's new about fake news? Critical digital literacies in an era of fake news, post-truth and clickbait. *Páginas de Educación*, 11(1), 6-22. <https://doi.org/10.22235/pe.v11i1.1551>

- Prado, M. (2022). *Fake news e inteligência artificial. O poder dos algoritmos na guerra da desinformação*. São Paulo: Edições 7.
- Posetti, J. & Cherilyn, I. et al. (2018). *Jornalismo, fake news & desinformação: manual para educação e treinamento em jornalismo*. Série Unesco para Educação em Jornalismo, Paris. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368647>
- Rais, D. (coord) (2020). *Fake news e a conexão entre desinformação e o direito*. São Paulo: Thomson Reuters Brasil.
- Recuero, R. & Gruzd, A. (2018). Cascatas de Fake News Políticas: um estudo de caso no Twitter. *Galáxia*, 41, 31-47. <https://doi.org/10.1590/1982-25542019239035>
- Rivoltella, P. C. & Fantin, M. (2012). *Cultura digital e escola. Pesquisa e formação de professores*. Campinas, SP: Papirus.
- Sádaba, C. & Salaverría, R. (2023). Combatir la desinformación con alfabetización mediática: análisis de las tendencias en la Unión Europea. *RLCS, Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 17-33. <https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/1471/3775>
- Santaella, L. (2019). *A pós-verdade é verdadeira ou falsa?* Barueri: Estação das Letras e Cores.
- Santaella, L. (2003). Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. *Revista FAMECOS*, 10(22), 23-32. <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3229>
- Santos, M. (2016). *O discurso do ódio em Redes Sociais*. São Paulo: Lura Editorial.
- Scolari, C. A. (2018). *Teens, media and collaborative cultures: exploring teens' transmedia skills in the classroom*. (C. A. Scolari, Ed.). Barcelona: Ce.Ge. https://transmedialiteracy.upf.edu/sites/default/files/files/TL_Teens_en.pdf
- Shu, K., Silva, A., Wang, S., Tang, J. & Liu, H. (2017). Fake news detection on social media: a data mining perspective. *arXiv*, 1. <https://arxiv.org/abs/1708.01967v1>
- Tandoc Jr, E. C. & Lim, Z. W. & Ling, R. (2018). Defining "Fake News", *Digital Journalism*, 6(2), 137-153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- Tapscott, D. (1999). *Geração digital: a crescente e irreversível ascensão da geração net*. São Paulo: MAKRON Books.
- Zanini, F. (2020). *Fake News: Como a direita e a esquerda exploram o termo de forma ideológica*. In Diego Rais (coord). *Fake news e a conexão entre desinformação e o direito*. São Paulo: Thomson Reuters Brasil.
- Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: the fight for a human future at the new frontier of power*. New York: Public Affairs.
- Wardle, C. (2018). The need for smarter definitions and practical, timely empirical research on information disorder, *Digital Journalism*, 6(8), 951-963. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1502047>
- Wardle, C. (2020). *Entender a desordem informacional*. First Draft. Disponível em: <https://shorturl.at/tyOY6>