MPPJM
Mestrado Profissional em
Produção Jornalística
e Mercado

ESPM
QUEM FAZ TRANSFORMA

JORNALISMO |

NEWS LITERACY: uma ferramenta de combate à desinformação

Jéssica de Almeida Santos

São Paulo, 2019

ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING

MESTRADO PROFISSIONAL EM PRODUÇÃO JORNALÍSTICA E MERCADO

JÉSSICA DE ALMEIDA SANTOS

NEWS LITERACY

Uma ferramenta de combate à desordem informacional

São Paulo

2019

Jéssica de Almeida Santos

NEWS LITERACY

Uma ferramenta de combate à desordem informacional

Dissertação apresentada à ESPM como requisito para obtenção do título de Mestre no Mestrado Profissional em Produção Jornalística e Mercado.

Orientação: Prof.ª. Dr.ª Egle Müller Spinelli

São Paulo

2019

Santos, Jéssica de Almeida

News Literacy : Uma ferramenta de combate à desordem informacional / Jéssica de Almeida Santos. - São Paulo, 2019.

145 f. : il., color.

Dissertação, Mestrado Profissional em Produção Jornalística e Mercado, São Paulo, 2019.

Orientador: Egle Müller Spinelli

1. jornalismo. 2. news literacy. 3. fake news. 4. desordem informacional. 5. educação. I. Spinelli, Egle Müller. II. Escola Superior de Propaganda e Marketing. III. Título.

Ficha catalográfica elaborada pelo autor por meio do Sistema de Geração Automático da Biblioteca ESPM

Jéssica de Almeida Santos

NEWS LITERACY

Uma ferramenta de combate à desordem informacional

Dissertação apresentada à ESPM como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Produção Jornalística e Mercado.

Aprovada em

BANCA EXAMINADORA

_____

Presidente: Prof.ª. Dr.ª Egle Müller Spinelli, – Orientadora, MPPJM, ESPM-SP

_____

Membro: Prof. Dr. Luiz Peres Neto, ESPM-SP

_____

Membro: Prof.ª. Dr.ª Pollyana Ferrari Teixeira, PUC-SP

Para a minha mãe, Carmelita, de quem herdei força para conquistar meus sonhos.

Para todos os jovens que, mesmo diante das dificuldades, conseguem transformar vidas por meio da educação.

AGRADECIMENTOS

Depois de uma caminhada de dois anos, é difícil reunir agradecimentos em apenas uma folha. Devo meu muito obrigada a tanta gente, que me apoiou e acreditou em mim durante toda a minha vida.

À minha mãe, Carmelita, meu exemplo de força, que lutou pela minha vida e para que desenhasse um caminho de sucesso, mas sem perder minha essência.

Ao meu padrasto, Zaqueu, por plantar em mim a semente do amor à leitura de jornais e palavras-cruzadas.

A todos os meus professores, da educação básica à pós-graduação, que me ensinaram e foram inspiração diária para o meu desejo de seguir carreira acadêmica e transformar o meu mundo – e o mundo ao redor – por meio da educação.

À minha orientadora, Egle Muller Spinelli, pelo apoio, paciência, dedicação e paixão em guiar meus passos nessa caminhada.

Aos queridos professores do Mestrado: Renato Essenfelder, Magaly Prado, Dulcília Bultoni, Eliza Bachega, Edson Capoano, Ricardo Gandour, Fabiano Rodrigues, Maria Elisabete Antonioli. Cada aula foi um momento de aprendizado e crescimento.

Aos meus amigos, que dividiram comigo aflições, conquistas, alegrias, lágrimas e sorrisos nesses dois anos: Emilio, Daniela, Eduarda, Martha, Dal, Leandro, Gusthavo, Raul, Murilo, Elly.

Aos amigos da vida, que foram pacientes, parceiros, compreensivos, amorosos e me apoiaram diariamente nesse período: Denise, Célia, Custódio, Fernando, Fátima, Suli, Tia Leu, Adriana, Aline, Silvana, Gabriela.

Aos brilhantes profissionais que dedicaram seu tempo para me conceder entrevistas e contribuir com este trabalho: Ivan Paganotti, Leandro Beguoci, Silvia Helena Andrade, José Luis Landeira e Rodrigo Ratier.

Deus, agradeço pela vida, pela força, pela fé, pelo otimismo e pela resiliência.

Este é apenas o primeiro passo rumo a uma jornada sem fim.

Onde está a vida que perdemos ao viver?

Onde está a sabedoria que perdemos no conhecimento?

Onde está o conhecimento que perdemos na informação?

(T.S. Eliot, 1934)

RESUMO

Esta dissertação investiga a aplicabilidade da disciplina de *news literacy* nas escolas de educação básica no Brasil, considerando o foco do currículo em formar estudantes habilitados para lidar com notícias e mensagens informativas, em um contexto de desordem informacional. O estudo apoia-se na triangulação metodológica e é dividido em três etapas: 1) pesquisa bibliográfica para compreender o complexo cenário de desordem informacional, os impactos na sociedade, no jornalismo e na educação, e os conceitos e as relações entre *media literacy* e *news literacy*; 2) estudo de caso instrumental do *Center for News Literacy, da Stony Brook University,* EUA; com objetivo de mapear o conteúdo do curso *The Course Pack*, e como ele dialoga com as demandas da Base Nacional Curricular Comum (BNCC) e os parâmetros de aprendizado definidos por Potter (2014); e 3) entrevistas sobre a aplicabilidade do curso no Brasil, considerando cinco pontos principais: pertinência do currículo para formar um aluno crítico no consumo de notícias; aplicabilidade em sala de aula; avaliação e relação com outras disciplinas, formação do professor e experiências bem-sucedidas. A pesquisa demonstra que o currículo de *news literacy* colabora com a formação de um consumidor mais crítico de notícias, e no Brasil, mesmo com as experiências bem-sucedidas que já existem, percebe-se um grande espaço para diálogo entre educadores, jornalistas, governo, grupos de mídia e universidades, para que a escola se transforme em espaço de discussão do tema, e proporcione aos alunos a base necessária para que eles cresçam preparados para lidar com a avalanche de informações da nossa era.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo; *news literacy*; *fake news*; desordem informacional; educação.

ABSTRACT

This dissertation investigates the applicability of the discipline of news literacy in middle and high schools in Brazil, considering the focus of the curriculum in training students qualified to deal with news and informational messages, in a context of informational disorder. The study is based on methodological triangulation and is divided into three stages: 1) bibliographic research to understand the complex scenario of informational disorder, impacts on society, journalism and education, and the concepts and relationships between media literacy and news literacy; 2) instrumental case study at the Center for News Literacy, Stony Brook University, USA; with the objective of mapping the contents of the course The Course Pack, and how it dialogues with the demands of the National Curricular Common Base (BNCC) and the learning parameters defined by Potter (2014); and 3) interviews on the applicability of the course in Brazil, considering five main points: relevance of the curriculum to train a critical student in the consumption of news; classroom applicability; evaluation and relationship with other disciplines, teacher training and successful experiences. The research demonstrates that the news literacy curriculum contributes to the formation of a more critical consumer of news, and in Brazil, even with the successful experiences that already exist, there is a great space for dialogue between educators, journalists, government , media groups, and universities so that the school becomes a space for discussion of the theme and provides students with the necessary foundation for them to grow prepared to deal with the avalanche of information of our era.

Keywords: journalism; news literacy; fake news; information disorder; education.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Esquema da desordem informacional 22
Figura 2 - A ecologia da AMI: noções de AMI 50
Figura 3 - Aplicação da BNCC 75
Figura 4 - Dez competências da BNCC 76
Figura 5 - Teoria Integrativa da Audiência 97
Figura 6 - O método preferido de cada geração 101

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Digital News Report (The Impact of Greater News) - Suporte financeiro das agências 55

Gráfico 2 - Digital News Report (The Impact of Greater News) - Responsável pela Assessoria de Imprensa 56

Gráfico 3 - Digital News Report (The Impact of Greater News) - – Decisões sobre as notícias veiculadas no Facebook 56

Gráfico 4 - Digital News Report (The Impact of Greater News) - Escala de alfabetização de notícias com base no número de respostas corretas 57

Gráfico 5 - Digital News Report (The Impact of Greater News) - Proporção que cada atributo tem quando a pessoa decide clicar em uma notícia de mídia social 57

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Definições de *face News* 29
Quadro 2 - Dez tipos de potenciais notícias enganosas 30
Quadro 3 - Recomendações para combater a desordem informacional 33
Quadro 4 - Metodologias das agências de *fact-ckecking* no Brasil 39
Quadro 5 - Iniciativas de *media literacy* e seus impactos 52
Quadro 6 - Cinco recomendações para o futuro do *media literacy* 52
Quadro 7 - Habilidades de *News Literacy* 62
Quadro 8 – Cursos de *News Literacy* 63
Quadro 9 - Tipologia de entrevista 68
Quadro 10 - Taxonomia dos Vizinhos da Informação 70

LISTA DE ABRAVIATURAS E SIGLAS

ABIN – Agência Brasileira de Inteligência

ABRAJI - Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo

AMI – Alfabetização Midiática e Informacional

BBC - British Broadcasting Corporation

BNCC - Base Nacional Curricular Comum

CBN – Central Brasileira de Notícias

CGI – Comitê Gestor da Internet no Brasil

CNN - Cable News Network

HQ – Histórias em Quadrinhos

IESB – Instituto de Educação Superior de Brasília

IFCN – International Fact-Checking Network

LGBT - Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais ou Transgêneros

LLECE - Laboratório Latino-americano de Avaliação da Qualidade da Educação para a América Latina

MEC – Ministério da Educação

MIT – Instituto Tecnológico de Massachusetts

MOOC – Massive Open Online Courses

OCDE - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico

ONG – Organização Nã-Governamental

ONU – Organização das Nações Unidas

PCN – Parâmetros Curriculares Nacionais

PISA - Programme for International Student Assessment ou Programa Internacional de Avaliação de Alunos

PUC – Pontifícia Universidade Católica

UFMG -Universidade Federal de Minas Gerais

UNESCO - Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura

USP – Universidade de São Paulo

VIA - Verificação, Independência e *Accountability*

WAN-IFRA – World Association of Newspapers and News Publishers

www - World Wide Web

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO **14**
2 REFERENCIAL TEÓRICO **19**
2.1 DESORDEM INFORMACIONAL E OS IMPACTOS NO JORNALISMO E NA SOCIEDADE 19
2.1.1 Informações se propagam e enganam 23
2.1.2 Notícias falsas pelo mundo 26
2.1.3 Conceitos e definições de *fake news* 29
2.1.4 Impactos e iniciativas 32
2.1.5 O jornalismo e a desordem informacional 35
2.1.6 O papel da educação 44
2.2 O CURRÍCULO DE *NEWS LITERACY*: CONCEITOS, APLICABILIDADE E CONEXÕES COM O MÉTODO JORNALÍSTICO 46
2.2.1 Educação e mídia 46
2.2.2 Iniciativas e impactos 51
2.2.3 *News literacy*: um braço importante da *media literacy* 54
3 REFERENCIAL METODOLÓGICO **62**
3.1 CORPUS 62
3.2 ABORDAGEM E MÉTODO 63
3.3 PESQUISA BIBLIOGRÁFICA 64
3.4 ESTUDO DE CASO EXPERIMENTAL 65
3.5 ENTREVISTAS EM PROFUNDIDADE 67
4 ESTUDO DE CASO **69**
4.1 O PIONEIRISMO DO CENTER FOR *NEWS LITERACY* 69
4.2 TRIANGULAÇÃO ENTRE THE COURSE PACK, BNCC, E HABILIDADES E CONHECIMENTOS DE POTTER 72
4.3 ANÁLISES E DISCUSSÕES 95
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS **108**
REFERÊNCIAS **113**
APÊNDICE A – ENTREVISTAS TRANSCRITAS **127**
APÊNDICE B – TERMO DE AUTORIZAÇÃO DAS ENTREVISTAS **140**

1 INTRODUÇÃO

Ao celebrar os 28 anos da tecnologia por trás da web, Tim Berners-Lee elegeu três grandes ameaças à World Wide Web e à democracia: compartilhamento de dados pessoais, desinformação e propagandas políticas. O criador do *www* considerou preocupante que "informações incorretas criadas para atrair nossos preconceitos, possam se espalhar como um incêndio na internet" (BERNERS-LEE, 2017). Esta onda tóxica de desinformação, que encontrou no processo eleitoral de duas das maiores democracias do mundo – Estados Unidos e Brasil – um terreno fértil para a fabricação e disseminação de conteúdos enganosos, passou a preocupar governos, mídia e sociedade. Pesquisadores afirmam que será cada vez mais difícil separar a realidade da manipulação digital —e há quem diga que estamos vivendo os últimos dias da própria ideia de realidade (ALMEIDA; DONEDA; LEMOS, 2018).

Pesquisa do *Pew Research Center* (BARTHEL; MITCHELL; HOLCOMB, 2016), mostrou que, para 64% dos americanos, as notícias falsas confundem a interpretação dos fatos, impressão compartilhada amplamente em todos os níveis educacionais, afiliações políticas e características demográficas. E apesar de 39% dos entrevistados se considerarem muito confiantes para identificar *fake news*, 23% dizem já terem compartilhado notícias falsas, com 14% afirmando que sabiam que o conteúdo não era verdadeiro.

Na Índia, a desinformação forçou o WhatsApp a controlar os mecanismos de compartilhamento, em um país em que mais de 200 milhões de pessoas usam a ferramenta para repassar conteúdos que enganam, denigrem, acusam e causam perseguições que, em casos extremos, causaram a morte de pelo menos 30 pessoas (BBC, 2018). Pesquisa da Ipsos (2018) revelou que dentre 27 países, o Brasil reúne o maior número de pessoas que já acreditaram em uma notícia que, na verdade, era boato: (62%). Árabes e sul-coreanos (58%), peruanos e espanhóis (57%), chineses (56%) e, empatados em quinto lugar, suecos, indianos e poloneses (55%) completam o ranking.

A propagabilidade, citada por Jenkins; Green; Sam (2016) como um modelo híbrido de circulação em que forças de cima para baixo e de baixo para cima determinam como um material é compartilhado por diversas culturas, de forma muito mais participativa e desorganizada, aliada à velocidade, o alcance e à força da tecnologia, ajudam a explicar porque um fenômeno antigo ganhou proporção global. Harari (2018) contextualiza casos históricos em que o desejo do *homo sapiens* pelo poder ultrapassa o compromisso com a verdade. Da Idade da Pedra às estratégias nazistas de Goebbels, a mentira organizada, bem descrita por Hanna Arendt, leva a "uma paulatina destruição na crença em qualquer sentido que nos oriente pelo

mundo [sendo que] a descrença é a desistência da tarefa de fazer qualquer avaliação" (FEITOSA, 2017).

Perplexos, muitos governos começaram a agir. Na União Europeia, iniciativas buscaram refletir o problema, envolvendo diversos atores, como acadêmicos, empresas de tecnologia, sociedade civil, em iniciativas políticas e sociais para frear a disseminação de conteúdos falsos na internet. A Alemanha cercou grandes grupos, como Facebook e Google, com restrições no monitoramento dos usuários e multas milionárias para quem descumprir as normatizações definidas para proteger a população da desinformação. O Brasil tentou, mas o que se viu, em 2018, foi uma eleição polarizada ao extremo e pautada por campanhas profissionalizadas para semear mentiras e confundir eleitores. Grupos públicos do Whatsapp com apelo político, em que links, áudios, fotos e vídeos eram compartilhados sem critérios ou checagens dominaram o cenário eleitoral, em que milhões de pessoas foram expostas à desinformação, ataques à imprensa tradicional, capas de revistas falsas, imagens fomentando ódio às minorias e guerra cultural com ataques sistematizados a artistas (GRAGNANI, 2018).

Wardle e Derakhshan (2017, p. 5), que cravaram o termo desordem informacional, alertam para as consequências que, a longo prazo, podem "semear a desconfiança e confusão e intensificar as divisões socioculturais existentes usando tensões nacionalistas, étnicas, raciais e religiosas". Recomendam que as organizações de mídia, os ministérios de educação e os órgãos de financiamento sejam responsáveis por investir, implementar e dar alcance às ações de *news literacy,* em um alcance global. O currículo, idealizado para auxiliar no desenvolvimento das habilidades de pensamento crítico que ajudam na avaliação da confiabilidade e da credibilidade das informações – seja no meio impresso, televisivo, radiofônico ou online, é uma habilidade particularmente importante na era digital, pois todos lutam para lidar com a sobrecarga de informações e a dificuldade em determinar a autenticidade do que é propagado na mídia (KLURFELD; SCHNEIDER, 2014; HOBBS, 2010; MIHAILIDIS; VIOTTY, 2017).

Para Nuria Fernández-García (*apud* CHARLEAUX, 2018), o debate sobre *fake news* impulsiona a discussão sobre as formas de produção, de disseminação e de consumo de notícias no mundo atual, principalmente para os mais jovens. A pesquisadora cita o estudo da Emerson College de Boston que comprova o aumento da capacidade para entender, avaliar e analisar as mensagens que são transmitidas pelos meios de comunicação para estudantes que realizam cursos de alfabetização midiática. Outra pesquisa realizada entre 2015 e 2016 pela Universidade de Stanford (STANFORD, 2016), avaliou a capacidade de alunos americanos de ensino fundamental, médio e superior em apurar a credibilidade do que leem. Foram investigados temas como entendimento das notícias, habilidade dos estudantes em julgarem o *feed* do

Facebook e do Twitter, comentários deixados nas sessões de opinião, postagens em blogs, fotografias e mensagens digitais que moldam a opinião pública. Após a aplicação dos testes, concluiu-se que os jovens focam mais no conteúdo do que nas fontes, além de ignorarem ferramentas básicas, como a verificação, no momento que leem as notícias.

O assunto é prioridade nos Estados Unidos, que, aprovou, em março de 2017 no estado de Washington, uma lei que exige o desenvolvimento de uma política modelo para apoiar a cidadania digital, a *media literacy* e a segurança na internet nas escolas. O mesmo projeto está em tramitação no estado da Califórnia (ATKINS, 2017). Pesquisa publicada no *Journalism & Mass Communication Educator* (MAKSL *et al*, 2016) evidencia o impacto positivo da inserção do currículo de *news literacy* na Stony Brook University. Oferecida como disciplina optativa para alunos de todos os cursos de graduação desde 2007, a importância do currículo é reforçada pela instituição por ser uma "habilidade crucial para cidadãos da era digital" (MAKSL *et al*, 2016, p. 231). O estudo mostrou um aumento no consumo de notícias na parcela de alunos que tiveram *news literacy* no currículo – um alento para aqueles que acreditam que o curso é um elemento vital até para a sobrevivência da grande mídia. A instituição é pioneira no ensino do currículo, atingindo milhares de estudantes da educação básica ao ensino superior, até mesmo fora dos Estados Unidos.

Iniciativas parecidas se repetem pelo mundo. O governo italiano, em cooperação com as principais empresas digitais, incluindo o Facebook, iniciou um projeto nas escolas para treinar uma geração de estudantes mergulhados em mídias sociais como reconhecer notícias falsas e teorias da conspiração que trafegam pela internet (HOROWITZ, 2017). No Reino Unido, especialistas da Universidade de Salford realizaram *workshops* com crianças a partir dos 10 anos de idade e incentivaram os alunos a contar sobre as notícias que leem, onde costumam procurar, o que acreditam ser verdade e como conseguem identificar a veracidade da informação. Ao serem questionadas sobre o que são *fake news*, as crianças sabiam o significado, mas tinham dificuldades em diferenciar uma notícia verdadeira de uma notícia falsa. O tema se torna ainda mais relevante com os resultados de uma pesquisa do grupo responsável por monitorar TV e rádio no Reino Unido que mostra que mais da metade das crianças entre 12 e 15 anos recebiam notícias de plataformas de mídia social como Snapchat, Facebook e Twitter. A única fonte de notícias mais popular foi a televisão (BBC, 2017).

No Brasil, ações específicas de *news literacy* se concentram, principalmente, nas principais escolas particulares de grandes capitais. Em São Paulo, colégios como Dante Alighieri, Móbile, Pio XII, Santa Maria, Mary Ward, Stockler, já realizam atividades nos primeiros anos de ensino que trabalham o uso responsável da internet e das redes sociais, num

processo de alfabetização que inclui a interpretação de textos, a avaliação da qualidade de uma informação e a veracidade de uma fonte. Esforços no sentido de preparar o professor para explorar o tema em sala de aula estão sendo conduzidos por iniciativas recentes, como a da revista Nova Escola e do Instituto Palavra Aberta. Outro projeto lançado em 2018 é o site Vaza Falsiane, que pretende ampliar as ferramentas de que as pessoas dispõem a fim de analisar de forma consciente as informações que consomem e conscientizar sobre a responsabilidade ao publicar e compartilhar conteúdos (PALHARES, 2018; PORTAL, 2018; NOVA ESCOLA, 2018, UOL, 2018). Estas ondas refletiram na construção da Base Nacional Curricular Comum (BNCC), aprovada pelo Ministério da Educação em 2017, que define o conjunto de aprendizagens essenciais que todos os alunos devem desenvolver ao longo das etapas e modalidades da Educação Básica das redes escolares dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios. O documento prevê, no campo jornalístico-midiático, em Língua Portuguesa, um trabalho que permita desenvolver nos alunos a

> [...] sensibilidade para que se interessem pelos fatos que acontecem na sua comunidade, na sua cidade e no mundo [...] e desenvolvam autonomia e pensamento crítico para se situar em relação a interesses e posicionamentos diversos e possam produzir textos noticiosos e opinativos e participar de discussões e debates de forma ética e respeitosa. (MEC, 2018, p. 138).

Neste contexto, o projeto "*News literacy*: uma ferramenta de combate à desordem informacional" pretende investigar a aplicabilidade da disciplina de *news literacy* nas escolas de educação básica no Brasil, considerando o foco do currículo em formar estudantes habilitados para lidar com notícias e mensagens informativas, em um contexto de desordem informacional.

Como objetivos específicos, espera-se compreender o impacto da desordem informacional no jornalismo, na sociedade e na educação; entender os conceitos e as relações entre *media literacy* e *news literacy;* mapear o conteúdo do curso *The Course Pack*, e como ele dialoga com as demandas da Base Nacional Curricular Comum (BNCC) e os parâmetros de aprendizado definidos por Potter (2014).

Como hipótese, entende-se que o currículo de *news literacy* é uma ferramenta importante para ajudar o estudante de educação básica em uma formação crítica para o consumo de notícias, e que o impacto da desordem informacional pode ser uma oportunidade para que as diretrizes da BNCC possam ser aplicadas nos currículos das escolas. Este trabalho está inserido no campo da comunicação, na linha de pesquisa "Lógicas e Modelos de Gestão em Jornalismo", do Mestrado Profissional em Produção Jornalística e Mercado, da ESPM.

A pesquisa apoia-se na triangulação metodológica e está dividida em três capítulos:

- Capítulo 1: Referencial Teórico
- Capítulo 2: Procedimentos Metodológicos
- Capítulo 3: Estudo de Caso, Discussões e Resultados

O objetivo do referencial teórico é mostrar um panorama da desordem informacional: definição, contextualização histórica, o papel das redes sociais na disseminação de conteúdos falsos e o impacto na sociedade e no jornalismo, tendo como base o modelo híbrido e emergente de circulação em que forças determinam como um material é compartilhado e propagado. Busca-se também compreender como os veículos jornalísticos vêm se posicionando nesse cenário, os benefícios e os riscos para a profissão e a contribuição do método jornalístico no combate à disseminação de conteúdos falsos. Pesquisas e estudos sobre o tema complementam o entendimento sobre a complexidade desse fenômeno. Em seguida, partindo da hipótese de que o consumo de notícias depende da demanda da sociedade por informações de qualidade e uma maturidade na utilização da internet, inicia-se uma análise sobre a definição e aplicação do conteúdo de *news literacy* e sua relação com o conceito mais amplo de *media literacy*, termo usado para caracterizar uma área interdisciplinar do conhecimento que se preocupa em desenvolver formas de ensinar e aprender aspectos relevantes da inserção dos meios de comunicação na sociedade.

Os procedimentos metodológicos apresentam o caminho escolhido para a seleção do *Center for News Literacy* como o corpus da pesquisa, considerando as regras de exaustividade, representatividade, homogeneidade e pertinência. O estudo de caso instrumental apresenta a instituição americana e o histórico de construção do currículo de *news literacy*, além dos resultados e impactos na formação dos estudantes em mais de dez anos de atividade. Com base nos parâmetros levantados por Potter (2014) e das orientações da BNCC, foi possível relacionar, ao longo do último capítulo, os módulos do curso americano com as habilidades necessárias para lidar com notícias e mensagens informativas. Por fim, entrevistas em profundidade apoiam a análise, com especialistas em educação e em jornalismo que opinam sobre a aplicabilidade do curso na educação básica do Brasil, considerando quatro pontos principais: pertinência do currículo para formar um aluno crítico no consumo de notícias; aplicabilidade em sala de aula; avaliação e relação com outras disciplinas e preparação do professor.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 DESORDEM INFORMACIONAL E OS IMPACTOS NO JORNALISMO E NA SOCIEDADE

Em 1992, a "síndrome de Watergate" já assombrava Steve Tesich. Em artigo à revista *The Nation*, o roteirista revelou sua tristeza ao perceber que, após as denúncias que levaram Richard Nixon ao *impeachment*, os americanos passaram a viver em uma espécie de mundo da pós-verdade: "[...] nós não queríamos mais más notícias, independentemente de quão verdadeiras ou vitais elas fossem para nossa saúde como uma nação" (KREITNER, 2016).

Mais de vinte anos depois, a mesma pós-verdade - eleita pelo Dicionário de Oxford a palavra do ano de 2016 – ocupa uma posição de destaque no debate público. Definido como "circunstâncias em que fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública do que emoções e crenças pessoais" (ENGLISH, 2016), o termo refere-se a uma sociedade em que mentiras, rumores e fofocas se espalham velozmente, alimentando um cenário propício para a formação de redes em que os integrantes confiam muito mais uns nos outros do que em qualquer órgão tradicional da imprensa.

Silva (2017) considera a palavra 'verdade' grandiosa demais, "com enorme poder metafísico e ideológico, que há séculos desafia a compreensão humana". Feitosa (2017) sugere hiper ou ultra-verdade para nomear um período "em que todos se sentem no direito de dizer qualquer coisa, seja nos discursos políticos ou nas redes sociais, embasados em dados fictícios ou não [...]". O autor dialoga com a filósofa Hanna Arendt que, em 1967, relacionou a contemporaneidade ao termo 'mentira organizada':

> [surge] uma aliança entre os meios de comunicação e os regimes totalitários, onde toda a matriz da realidade pode ser falsificada através das estratégias midiáticas de manipulação em massa. O resultado não é mais apenas a substituição da verdade pela mentira, mas a paulatina destruição na crença em qualquer sentido que nos oriente pelo mundo. Em outras palavras, a mentira organizada contemporânea conduz a um cinismo niilista, uma recusa em acreditar na verdade de qualquer coisa. A descrença é a desistência da tarefa de fazer qualquer avaliação. Algo parecido acontece quando, no Brasil de hoje, se diz que todos os políticos são corruptos, como se não houvessem aí distinções mais finas ainda a serem feitas. (FEITOSA, 2017).

Para Harari (2018), a humanidade sempre viveu em uma pós-verdade, afinal o poder de dominação do *homo sapiens* frente às outras espécies está intimamente relacionado à habilidade de criar ficções e acreditar nelas.

> Desde a Idade da Pedra, mitos que se autorreforçavam serviram para unir coletivos humanos. [...] Somos os únicos mamíferos capazes de cooperar com vários estranhos porque somente nós somos capazes de inventar narrativas ficcionais, espalhá-las e convencer milhões de outros a acreditar nelas. Enquanto todos acreditarmos nas

> mesmas ficções, todos nós obedecemos às mesmas leis e, portanto, cooperamos efetivamente. [...] Por milênios, muito do que era considerado "notícia" e "fato" nas redes sociais humanas eram narrativas sobre milagres, anjos, demônios e bruxas, com ousados repórteres dando cobertura ao vivo diretamente das mais profundas fossas do submundo. (HARARI, 2018, p. 30).

Muito antes do Facebook e Twitter, as pessoas já criavam histórias – que, posteriormente, se transformavam em ferramenta capaz até mesmo de dizimar uma etnia.

> Em 29 de agosto de 1255, o corpo de um menino inglês de nove anos de idade chamado Hugh foi encontrado num poço, na cidade de Lincoln. Mesmo sem Facebook nem Twitter, rapidamente espalhou-se o boato de que Hugh tinha sido vítima de um assassinato ritual realizado pelos judeus locais. A história foi crescendo à medida que era recontada, e um dos mais renomados cronistas ingleses da época — Matthew Paris — criou uma detalhada e sangrenta versão de como judeus proeminentes de toda a Inglaterra reuniram-se em Lincoln para engordar, torturar e finalmente crucificar o menino sequestrado. Dezenove judeus foram julgados e executados pelo suposto assassinato. Libelos de sangue semelhantes tornaram-se populares em outras cidades inglesas, levando a uma série de pogroms nos quais comunidades inteiras foram massacradas. Posteriormente, em 1290, toda a população judaica da Inglaterra foi expulsa do país. [...]Foi somente em 1955 — dez anos após o Holocausto — que a catedral de Lincoln repudiou a versão do libelo de sangue, colocando uma placa junto ao túmulo, onde se lê: *Histórias inventadas de "assassinatos rituais" de meninos cristãos por comunidades judaicas eram comuns em toda a Europa durante a Idade Média, e mesmo muito mais tarde. Essas ficções custaram a vida de muitos judeus inocentes. Lincoln teve sua própria lenda, e a alegada vítima foi sepultada na Catedral no ano de 1255. Essas histórias não redundam em crédito para a Cristandade*. Bem, algumas *fake news* duram apenas setecentos anos. (HARARI, 2018, p. 32).

Joseph Goebbels, comandante da eficiente propaganda nazista, resumia seu método ao declarar que "uma mentira dita uma vez continua uma mentira, mas uma mentira dita mil vezes torna-se verdade". Em *Mein Kampf*, Hitler defendia que o sucesso da mais brilhante propaganda estava condicionado a limitar-se a alguns pontos e repeti-los sem parar. Os soviéticos também foram mestres em construir verdades, reescrevendo histórias de guerras e até registros fotográficos, uma propaganda tão poderosa a ponto de esconder as atrocidades internamente e projetar uma nação dos sonhos para o resto do mundo.

A verdade sempre foi preterida pelo ser humano, que tende a escolher o poder. "Dedicamos muito mais tempo e esforço tentando controlar o mundo do que tentando compreendê-lo, e mesmo quando tentamos compreendê-lo, normalmente fazemos isso na esperança de que compreender o mundo fará com que nos seja mais fácil controlá-lo" (HARARI, 2018, p. 32-36).

A teoria da exposição seletiva pode ser empregada para entender a complexidade e o alcance da pós-verdade. A mente humana tem predisposição a escolher informações que estejam alinhadas às suas crenças, atitudes e comportamentos, e a rejeitar o que é contraditório. Na terra da era digital com informações e escolhas infinitas, as pessoas criam seu próprio

ambiente de mídia pessoal em busca de conteúdos – textos, áudios, vídeos – que confirmem a veracidade do que se sentem e defendem, conforme destaca Manjoo (2008):

> Nos últimos anos, pesquisadores começaram a documentar uma mudança fundamental na forma como os americanos estão pensando as notícias. Cada vez mais, os nossos argumentos não são sobre o que deveríamos estar fazendo - na Guerra do Iraque, na guerra contra o terrorismo, sobre o aquecimento global ou sobre qualquer número de assuntos controversos -, mas sobre o que está acontecendo. Os cientistas políticos caracterizaram nossa época como uma de maior polarização; agora, como vou documentar, o partidarismo rasteiro começou a distorcer nossas próprias percepções sobre o que é "real" e o que não é. Estamos lutando por versões concorrentes da realidade. E é mais conveniente do que nunca para alguns de nós viver num mundo construído a partir de nossos próprios fatos. (MANJOO, 2008, p. 2, tradução nossa)[1].

Wardle e Derakhshan (2017) sugerem que a sociedade enfrenta um fenômeno que combina três categorias em um contexto amplo de desordem informacional: a desinformação (*disinformation*), notícias falsas criadas deliberadamente e disseminadas para prejudicar uma pessoa, um grupo social, uma organização ou um país; a informação falsa (*misinformation*), mas que não tem a intenção de causar dano; e a má-informação (*mal-information*), que possui bases reais que são editadas e divulgadas com a finalidade de causar danos. A longo prazo, a desinformação pode "semear a desconfiança e confusão e intensificar as divisões socioculturais existentes usando tensões nacionalistas, étnicas, raciais e religiosas" (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017, p. 5). A figura 1 mostra a representação desse cenário:

---

[1] In the last few years, pollsters and political researchers have begun to document a fundamental shift in the way Americans are thinking about the news. No longer are we merely holding opinions different from one another, we're also holding different facts. Increasingly, our arguments aren't over what we should be doing – in the Iraq War in the war on terrorism, on global warming, or about any number of controversial subjects – but, instead, over what is happening. Political scientists have characterized out epoch as one of heightened polarization; now, as I'll document, the creping partisanship has begun to distort our very perceptions about what is "real" and what isn't. Indeed, you can go so far to say we're now fighting over competing versions of reality. And it is more convenient than ever before for some of us to live in a world built out of our own facts.

Figura 1 - Esquema da desordem informacional

Fonte: WARDLE; DERAKHSHAN, 2017, p. 5

O estudo mostra que os "elementos" (o agente, as mensagens e os intérpretes) precisam ser analisados separadamente, além de enfatizar a necessidade de considerar as três "fases" diferentes (criação, produção, distribuição) desse fenômeno. O relatório sugere que é fundamental investigar profundamente essa desordem, evitando limitá-la à descrição de *fake news,* recomendação que será seguida nessa pesquisa.

> [...] nos abstivemos de usar o termo "*fake news*", por dois motivos. Primeiro, é lamentavelmente inadequado para descrever os complexos fenômenos da desordem informacional. O termo também começou a ser apropriado por políticos de todo o mundo para descrever organizações de notícias cuja cobertura consideram desagradável. Desta forma, está se tornando um mecanismo pelo qual os poderosos podem reprimir, restringir, minar e contornar a liberdade de imprensa. (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017, p. 6).

Frias Filho (2018, p. 43) corrobora com Wardle e Derakhshan (2017) ao reforçar que um entendimento permissivo sobre o que de fato é *fake news* põe em risco a liberdade de expressão, alicerçada “na tolerância para com a livre circulação de noções detestáveis, versões distorcidas, enfoques parciais, sentimentos odiosos – seja porque nos parecem assim, seja porque o são de fato”. A prática da liberdade de expressão exige que o debate seja denso e controverso, para que, assim, as decisões que a sociedade venha a tomar sejam livres e conscientes.

O enraizamento da pós-verdade na sociedade e sua efervescência em um contexto amplo de desordem informacional acaba por explodir estruturas de conhecimento atuais – levando ao

autoritarismo e à "estupidez coletiva" (SISMONDO, 2017). Bucci (2018, p. 28,) enxerga um indivíduo "encapsulado em multidões que o espelham e o reafirmam ininterruptamente – são as multidões de iguais, as multidões especulares, as multidões de mesmos". Neste cenário, os filtros informacionais do mundo linear acabam não funcionando na era digital, regida por multiplicidade, velocidade, efemeridade, descentralização, abundância e complexidade.

> [...] mídia/educação tradicional e distância geográfica, os principais estruturantes da informação do mundo analógico, colapsaram com as plataformas digitais, transferindo poder, e, ao mesmo tempo, responsabilidade informacional aos indivíduos. Hoje, podemos mais do que queremos – e isso é perigoso tanto para a sustentabilidade do indivíduo quanto da humanidade, pois causa desequilíbrio e ruído. (GABRIEL, 2018, p. 10-11).

2.1.1 Informações se propagam e enganam

As mídias sociais moldam o consumo de notícias ao reunir conteúdos de diferentes provedores em um único local, e permitir aos leitores escolherem a história, e não necessariamente quem vai contá-la. Essa mudança representa uma ruptura no processo tradicional de *gatekeeping* do jornalismo, associada à gama de fontes consideradas e à recomendação dos amigos (MESSING; WESTWOOD, 2012).

A socialização do processo de consumo de notícias é intensificada pela propagação e a velocidade com que as informações são disseminadas. Jenkins; Ford; Green (2016, p. 24-28) resume a dimensão de "propagabilidade" como um modelo híbrido de circulação em que forças de cima para baixo e de baixo para cima determinam como um material é compartilhado por diversas culturas, de forma muito mais participativa e desorganizada. Um componente importante que se refere à circulação de um conteúdo é quais atributos um texto de mídia precisa ter para despertar a atenção das pessoas e o interesse em disseminá-lo em suas redes sociais. Esta mudança mostra consumidores que não aceitam e muito menos consomem mensagens pré-construídas, mas que moldam, compartilham, reconfiguram e remixam conteúdos de mídia de forma inédita e além de limites geográficos, sociais ou culturais. Um conteúdo propagável pode ser facilmente descrito como "algo em torno do qual pode se criar uma conversa". E essa lógica tem relação direta com a produção de conteúdos jornalísticos e a disseminação desenfreada de *fake news* nos últimos anos.

> A novidade aqui não é a possibilidade de participação ocasional do cidadão. É, antes, a velocidade, a escala e a força dessa participação – a possibilidade de participação reiterada, e em vasta escala, de gente anteriormente relegada a um consumo basicamente invisível. A novidade é que tornar pública sua opinião já não requer a existência de um veículo de comunicação ou de editores profissionais. [...] Na mesma linha, fatos e suposições ligados a coisas como o acesso a dados, a validade de fontes, a natureza e os limites de parcerias aceitáveis, entre outros, afetam o que instituições

> creem que podem ou não fazer, que devem ou não fazer. (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 71-72, 2016).

Wardle e Derakhshan (2017) acreditam que a decisão de compartilhar informações enganosas está relacionada à necessidade das pessoas de sinalizar para os outros a concordância com o sentido da mensagem ou até mesmo que vale a pena prestar atenção. Rini (2017) sugere que as redes sociais possuem recursos que reduzem a disposição dos usuários de pensar criticamente ou checar os fatos, efeito que é amplificado quando o público compartilha a mesma orientação partidária.

> [...] Talvez as pessoas estejam menos inclinadas a submeter histórias ridículas ao escrutínio porque temos normas de depoimento instáveis nas mídias sociais. Um amigo publica uma história ridícula, sem comentários, e talvez eles não estejam falando sério. Mas, em seguida, outros amigos "gostam" da história, ou comentam com repulsa sincera, ou a compartilham por conta própria. Cada um desses atos comunicativos individuais envolve alguma ambiguidade nas intenções testemunhais do falante. Mas, quando todos parecem somados, essa ambiguidade parece desaparecer. Talvez o pensamento implícito seja assim: será que realmente todas essas pessoas não estão testificando isso? Um pensamento como esse pode oprimir o ceticismo comum sobre o testemunho ridículo. (RINI, p. 5, 2017).

Diante deste esforço para se conectar com os outros, Santaella (2018, p. 21) adverte para os riscos de um pensamento similar que cultiva as mesmas crenças e enxerga o mundo da mesma forma, criando "monoculturas viciadas nos mesmos *feedbacks loops"* que conduzem as pessoas à disseminação deliberada de notícias falsas como "retroalimentação de suas crenças mal-fundadas". Citadas frequentemente como responsáveis pela desordem informacional, as redes sociais – principalmente Facebook, Twitter e WhatsApp, – figuram como molas propulsoras dessa crise, com abordagens instrumentais e behavioristas em que "[...] a competição epistêmica é tanto sobre a escolha de quais verdades podem ser consideradas relevantes e importantes como quais podem ser consideradas verdadeiras e falsas" (SISMONDO, 2017).

> Ninguém discorda de que ao menos um pedaço da responsabilidade pela desvalorização da verdade factual cabe às redes sociais e à internet, onde se acomodaram confortavelmente as forças dedicadas à produção das notícias fraudulentas. Não que as redes sociais devam ser interpretadas como um "mal" em si. Elas trouxeram arejamentos para o mundo da vida e para as esferas públicas, abriram novos canais para diálogos e mobilizações e desempenharam um papel bastante positivo, contra Estados pouco sensíveis e pouco abertos ao diálogo, em episódios como a Primavera Árabe. Vistas nessa perspectiva, as redes ajudaram a destampar demandas do público, ajudaram a viabilizar a expressão de reivindicações populares e deram mais vigor ao mundo da vida, e trouxeram muito mais velocidade para os entendimentos espontâneos entre cidadãos na esfera pública. Mais ainda, tornaram mais do que evidentes, escancaradas, as debilidades e as limitações do Estado em se comunicar com a sociedade, e impuseram agendas de mais transparência e melhores níveis de *accountability* à máquina pública (BUCCI, 2018, p. 26).

As teorias sociais e psicológicas ajudam a entender por que certos tipos de desinformação são amplamente consumidos e compartilhados. Wardle e Derakhshan (2017, p. 14-15) se baseiam no trabalho de James Carey sobre a função ritualística da comunicação, ao ponderar que o consumo de informação e a disseminação a partir da mera visão de transmissão é inútil no esforço para entender o distúrbio da informação, em um processo que não pode ser considerado apenas como um comportamento racional.

Carey explica que, enquanto a visão transmissiva consiste na difusão das mensagens à distância, a lógica ritualística é simbólica, e permite a construção do mundo cultural e social, orientando "a manutenção da sociedade no tempo e não para a disseminação das mensagens no espaço, para a representação de crenças partilhadas e não para o ato de transmitir informação" (SUBTIL, 2014, p. 28).

> Na Comunicação ritual não se joga apenas a transmissão de informações ou mensagens, mas a co-criação e partilha de atividades culturais que definem a realidade. Vivemos em realidades largamente criadas pela Comunicação e muitas vezes negligenciamos que ela é intrinsecamente ritualística. Carey pensava certamente em rituais tão variados como as formas de apresentação e de relacionamento no cotidiano, a leitura do jornal e discussão de notícias, assistir e participar em aulas, provas acadêmicas, debates no parlamento, julgamentos no tribunal, conversar com os amigos, visitar os familiares, ir à missa, celebrar aniversários, cerimônias fúnebres, festas comunitárias etc. Em rituais participativos como estes últimos, a condição de partilha de uma realidade compreendida está, segundo Carey, mais próxima dos fins da Comunicação. [...] Mais do que conteúdo, a Comunicação é um conjunto de mapas – ou sistemas simbólicos – que criam relações sociais. Tais mapas são representações, abstrações e simplificações, que guiam os nossos comportamentos e simultaneamente transformam espaços indiferenciados em espaços apreendidos e inteligíveis. Estes mapas são multiformes, representam o que não está presente e produzem atos quando o estímulo real não está também fisicamente presente. (SUBTIL, 2014, p. 32,34).

A autora atenta que a abordagem cultural da Comunicação de James W. Carey orienta o homem na vida – são criadas, apreendidas e usadas. Formulada deste modo, envolve um vasto campo empírico, que diz respeito a todas as tentativas de construir, manter, reparar e transformar a realidade, todas as atividades publicamente observáveis que ocorrem no tempo histórico. Portanto, olhar para o fenômeno da desinformação como um mapa, cheio de emaranhados e complexidade, é um exercício fundamental para começar a enfrentar o problema.

> Representamos o mundo (construímos mapas) para vivermos no mundo que essas representações (ou mapas) induziram a construir. A dupla capacidade das formas simbólicas é também inerente à ordem ritual: não só produzimos realidade, como também mantemos aquilo que produzimos. (SUBTIL, 2014, p. 36).

A desinformação atua sobre as emoções das pessoas, estimulando sentimentos de superioridade, raiva ou medo. Wardle e Derakhshan (2017) dialogam novamente com Carey

para entender a atração que as câmaras de eco[2] causam nas pessoas, ao fornecer espaços seguros para compartilhar crenças e visões de mundo com os outros, com pouco confronto ou divisão. O comportamento não é novo, mas foi potencializado pelas plataformas digitais, que capitalizaram essas tendências humanas - que não está baseada apenas nas ações de indivíduos, mas também em algoritmos-curadores. Este processo, pelo qual tais ferramentas computacionais algorítmicas não-transparentes filtram dinamicamente, destacam, suprimem ou, de outra forma, desempenham um papel editorial, desempenham uma combinação que levanta questões de responsabilidade, processo e transparência (TUFEKCI, 2015).

2.1.2 Notícias falsas pelo mundo

Para Ortellado (2018), o surto das chamadas *fake news* é a combinação da polarização da sociedade civil — e não apenas dos políticos e militantes — e as redes sociais. Usuários polarizados são vetores de informação e alvos de uma guerra política. E uma das dimensões desta guerra é o compartilhamento, seja para atacar o inimigo ou reforçar a posição do usuário.

A eleição americana de 2016 é considerada um marco na discussão da disseminação desenfreada de *fake news* com cunho político. Donald Trump fixou o termo em uma associação perigosa aos veículos reconhecidos pela credibilidade, como a CNN, em uma guerra nunca antes vista contra a grande imprensa – são mais de 56 registros do republicano usando o termo *fake news* para fazer suas críticas. Kellyanne Conway, assessora do presidente, protagonizou um momento emblemático diante dos questionamentos da imprensa sobre o número exato de pessoas que assistiram a posse presidencial em janeiro de 2017. Ela afirmou que não estava mentindo, mas apresentando "fatos alternativos", ao insistir que a cerimônia de Trump reuniu um público maior do que a de Barack Obama em 2009 – apesar das imagens provarem o contrário (AHRENS, 2017; IANDOLI, 2017).

Uma análise do Buzzfedd (SILVERMAN, 2016) mostrou que, nos três últimos meses de campanha, 20 histórias falsas relacionadas às eleições geraram 8,711 milhões de compartilhamentos, reações e comentários no Facebook – as que mais repercutiram foram

---

[2] Utilizado para abordar a tendência de formação de grupos fechados ao redor de determinadas ideias. O fechamento desses grupos impede que opiniões conflitantes sejam recebidas, e com isso reforça as crenças preexistentes dentro da câmara. Assim, em conversações na internet, há uma propensão a uma polarização de grupos, o que envolve "a tendência de indivíduos com ideias similares de se engajarem em discussões com outros indivíduos que reforcem seus pontos de vista preexistentes" (SUNSTEIN, 2001, p.5 *apud* RECUERO; ZARO; SOARES, 2017).

“Wikileaks confirma que Clinton vendeu armas para o Estado Islâmico” e “Papa Francisco choca o mundo e apoia Donald Trump”. Outro caso de destaque foi o de um homem de 28 anos que entrou atirando em uma pizzaria da Carolina do Norte para "investigar por conta própria" uma "teoria da conspiração fictícia" que viralizara nas eleições, de que o restaurante mantinha um cativeiro de tráfico sexual de crianças, financiado pelo Partido Democrata (BALLOUSSIER, 2016). Felizmente ninguém se feriu, mas este é um exemplo dos riscos reais que as notícias falsas representam para a sociedade. O quartel general das notícias falsas durante a eleição foi a Macedônia, lar de dezenas de operadores de sites que criaram *fake news* projetadas para atrair a atenção dos americanos durante as eleições. Cada clique adicionava dinheiro às suas contas bancárias, o que tornou o negócio lucrativo para os jovens da região de Veles (SOARES, 2017).

No caso do Brexit, investigação comprovou que 156 mil contas em sites e aplicativos como Twitter foram criadas por “usinas de trolls” russas para veicular propaganda ou informações falsas favoráveis à saída do Reino Unido da União Europeia, sendo que os ataques continuaram mesmo após o referendo. As eleições francesas, em 2017, também foram marcadas por *fake news,* em que sites de extrema direita anunciaram, por exemplo, que o então candidato Emmanuel Macron, havia recebido financiamento da Arábia Saudita, informação posteriormente desmentida (NETTO, 2017; WINTOUR, 2018).

Um estudo encomendado pelo Serviço Mundial da BBC, e que faz parte da série multimídia *Beyond Fake News* - que tem como objetivo investigar como a desinformação e as notícias falsas estão afetando as pessoas ao redor do mundo, reuniu 80 participantes na Índia, Quênia e Nigéria. Durante sete dias, os pesquisadores passaram permaneceram nas casas dos entrevistados, para analisar o perfil de consumo de informação e de compartilhamento dos conteúdos via WhatsApp e Facebook. Outro foco foi a análise de 16 mil contas no Twitter e três mil páginas no Facebook, para entender como as notícias falsas se espalham nessas redes na Índia. Os resultados mostraram uma divulgação amplificada e coesa de mensagens falsas por grupos de direita, enquanto as compartilhadas por grupos de esquerda eram menos organizadas e eficazes (BBC, 2018).

O compartilhamento generalizado de boatos levou a uma onda de violência na Índia, com pelo menos 33 mortos em 69 incidentes entre janeiro de 2017 e julho de 2018, o que forçou o WhatsApp a restringir o número de vezes em que mensagens trocadas por meio do aplicativo podem ser encaminhadas, com um rigor ainda maior no país. Além disso, a empresa anunciou a desativação do botão exibido ao lado de mensagens contendo foto, áudio e vídeo e que facilita seu reenvio para várias outras pessoas. Por outro lado, críticos do governo indiano acusam-no

de usar a plataforma como um conveniente bode expiatório, ao mesmo tempo em que não aborda suficientemente questões subjacentes de intolerância, policiamento fraco, divisões de castas e retórica nacionalista que alimentou a violência repetidas vezes. O WhatsApp transformou a vida cotidiana do país, com mais de 200 milhões de usuários – o maior mercado no mundo -, e acabou sendo utilizado muito além das trocas privadas de mensagens (BBC, 2018; McLAUGHLIN; 2018).

Assim como na Índia, o WhatsApp foi o principal meio utilizado para disseminar a desinformação nas eleições brasileiras de 2018. Com mais de 100 milhões de usuários apenas no Brasil, as mensagens criptografadas, a ubiquidade e a facilidade com a qual a informação viaja entre pequenas e médias redes de usuários, é praticamente impossível medir o impacto da proliferação de notícias falsas (LOBATO; HUREL, 2018; RIBEIRO, 2018; FERRARI, 2018).

Acordos com operadoras permitem que a ferramenta seja oferecida gratuitamente até mesmo para quem tem restrições no plano de dados, o que amplia o alcance do aplicativo. Para pesquisadores, atitudes positivas do Facebook e Google, que apoiaram iniciativas anti-fake news nas plataformas aqui no Brasil, podem ter empurrado o compartilhamento de mentiras para o WhatsApp, que não conta com qualquer tipo de monitoramento.

Considerando que aproximadamente 66% dos brasileiros declararam utilizar as redes sociais como principal fonte de notícias (NEWMAN *et al*, 2018), não surpreende que o país tenha enfrentado uma crise de disseminação de notícias falsas em 2018, a ponto da alta comissária de Direitos Humanos da ONU, Michelle Bachelet, declarar que as eleições foram afetadas pela desinformação, com a utilização de campanhas de desinformação e robôs nas redes sociais para influenciar opiniões e escolhas de eleitores individuais (CHADE, 2018).

A pedido da Universidade de São Paulo (USP) e da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), os *fact-checkers* da Agência Lupa analisaram o grau de veracidade de 50 imagens que circularam no WhatsApp entre os dias 16 de agosto e 7 de outubro de 2018, durante o primeiro turno eleitoral. Desse conjunto, apenas quatro eram comprovadamente verdadeiras. Oito das 50 imagens foram classificadas pela Lupa como "falsas (FOLHA DE S. PAULO, 2018; TARDÁGLIA; BENEVENUTO; ORTELLADO, 2018). Reportagem da BBC passou uma semana em grupos públicos do Whatsapp com apelo político, em que links, áudios, fotos e vídeos eram compartilhados sem critérios ou checagens. A experiência resultou na observação de que milhões de pessoas estavam expostas à desinformação, ataques à imprensa tradicional, com capas de revistas falsas, imagens fomentando ódio às minorias, guerra cultural com ataques sistematizados a artistas (GRAGNANI, 2018).

Em 2018, a morte da vereadora carioca Marielle Franco e de seu motorista Anderson Pedro Gomes também se tornou um caso emblemático do alcance das *fake news*. No dia seguinte ao assassinato, que causou uma comoção internacional, começaram a circular áudios, fotos e notícias que tentavam associar a vereadora ao crime organizado e ao abuso de drogas, em uma série de ações ofensivas à honra de Marielle. O caso foi levado à Justiça, que determinou que todas as *fake news* fossem retiradas do ar (SENRA, 2017; IG SÃO PAULO, 2018; MERLINO, 2018; LOBATO; HUREL, 2018).

Para Ribeiro e Ortellado (2018), a disseminação de *fake news* está relacionada a uma "dinâmica de polarização da esfera pública que transforma o debate público num embate entre duas narrativas". Segundo os pesquisadores:

> Quando analisamos o padrão de interação dos 12 milhões de brasileiros que curtem postagens das 500 páginas políticas mais relevantes, notamos, desde o primeiro semestre de 2014, que eles se fecham em dois circuitos excludentes. De um lado, todas as páginas dos partidos e políticos de esquerda, amalgamadas com as do feminismo, do movimento negro e do movimento LGBT, além das páginas das ONGs de direitos humanos; do outro lado, as páginas dos partidos e dos políticos de direita, amalgamadas com as do liberalismo econômico e do conservadorismo moral. É tendo como referência essas duas narrativas estruturantes que os sites de notícias hiperpartidários produzem manchetes de combate para alimentar o debate político. É neste contexto polarizado de disputa política aquecida que os expedientes de seleção, distorção e invenção de fatos emergem. [...] em geral, não se trata de mentiras, estritamente falando, mas de diversas gradações de distorção (RIBEIRO; ORTELLADO, 2018, p. 74).

2.1.3 Conceitos e definições de *fake news*

Apesar de não ser um tema novo, é importante uma discussão sobre a definição e delimitação do termo, que é normalmente empregado como sinônimo de notícias falsas. Tandoc, Lim e Ling (2017) examinaram 34 artigos acadêmicos que utilizaram o termo *fake news* entre 2013 e 2017 com objetivo de explicar o que realmente se quer dizer quando o termo é mencionado. Os autores identificaram seis definições de *fake news,* baseadas em duas dimensões: níveis de veracidade e de enganação.

Quadro 1 - Definições de *fake news*

Termo	Definição
Sátiras	A operacionalização mais comum de notícias falsas nos artigos analisados é sátira, referindo-se a programas de notícias simuladas, que normalmente usam humor ou exagero para entretenimento em primeiro lugar, em vez de informação, com os anfitriões chamando-se comediantes ou animadores, em vez de jornalistas ou apresentadores de notícias. Os programas são produzidos com uma motivação humorística bastante transparente.

Paródias	Compartilha muitas características com a sátira, já que ambas dependem do humor como meio de atrair público. Ele também usa um formato de apresentação que imita a mídia tradicional. Diferencia-se das sátiras pelo uso de informações não factuais para injetar humor. Há a suposição de que tanto o autor e o leitor da notícia compartilham a mordaça.
Invenção	Refere-se a artigos que não têm base factual, mas são publicados com o estilo de notícias para criar legitimidade. Quem produz geralmente tem a intenção de desinformar.
Manipulação de Fotos	Enquanto as categorias anteriores geralmente se referiam a itens baseados em texto, essa categoria descreve notícias visuais.
Publicidade e Relações Públicas	Quando os profissionais de relações públicas adotam práticas jornalísticas para inserir mensagens de marketing ou outras mensagens persuasivas na mídia.
Propaganda	Propaganda refere-se a notícias que são criadas por uma entidade política para influenciar as percepções do público. O objetivo declarado é beneficiar uma figura pública, organização ou governo.

Fonte: TANDOC, LIM E LING, 2017.

Já o *Media Literacy for Citizenship* (STEINBERG, 2017) criou um infográfico que mapeia dez tipos de potenciais notícias enganosas. O material foi criado para ser utilizado em sala de aula e ajudar alunos a identificar e debater sobre as formas que a mídia é construída. As categorias mapeadas pela organização estão resumidas no quadro abaixo, com o critério de impacto e motivação de cada tipo de notícia:

Quadro 2 - Dez tipos de potenciais notícias enganosas

TIPO DE NOTÍCIA		IMPACTO	MOTIVAÇÃO
Propaganda	- Benéfica ou pontual - Adotada por governos, empresas e associações sem fins lucrativos para influenciar atitudes, valores e conhecimentos - Apela às emoções	Neutro	Política/Poder Paixão
Caça-Cliques	- Manchetes apelativas, sensacionalistas, concebidas para distrair. - Frequentemente enganosos e os conteúdos podem não se refletir nos títulos. - Impulsiona as receitas de publicidade	Baixo	Dinheiro Humor/Diversão
Conteúdo Patrocinado	- Publicidade feita para parecer conteúdo editorial. - Potencial conflito de interesses para genuínas organizações de notícias. - Os consumidores podem não identificar o conteúdo como publicidade se não estiver claramente identificado.	Baixo	Dinheiro
Sátira e Hoax (Embuste)	- Conteúdo Social ou Humor - Pode constranger quem confunde seu conteúdo com verdadeiro.	Baixo	Humor/ Diversão

	- Varia largamente em qualidade e intenção de sentido e pode não ser aparente		
Erros	- Organizações noticiosas cometem erros. - As organizações com maior reputação publicam pedidos de desculpas. - Os erros podem prejudicar a marca, ofender ou levar a litígios.	Baixo	Desinformar
Tendenciosas	- Privilegiam fatos que se encaixam na narrativa enquanto abdicam de outros. - Ideológicas e que incluem a interpretação de fatos, mas podem invocar ser parciais. - Linguagem emocional e passional.	Médio	Paixão Política/Poder
Teoria da Conspiração	- Conteúdo não-falsificável e evidências que refutem a conspiração são encarados como mais elementos que comprovam a própria conspiração. - Rejeita os especialistas e as autoridades. - Tenta explicar de forma simples realidades complexas como resposta ao medo e à incerteza.	Alto	Paixão Desinformar
Pseudociência	- Adepta de greenwashing, curas milagrosas, anti-vacinação e negação das alterações climáticas. - Deturpa estudos científicos reais com alegações exageradas ou falsas. - Contradiz frequentemente os peritos.	Alto	Política/Poder Dinheiro
Desinformação	- Inclui uma mistura de conteúdo factual, falso ou parcialmente falso. - Atribuições falsas, conteúdo manipulado e manchetes manipuladoras. - A intenção pode ser informar, mas o autor pode não ter consciência de que o conteúdo é falso.	Alto	Desinformar
Fictício	- Conteúdo completamente fabricado dissemina-se internacionalmente para desinformar. - Técnicas de marketing de guerrilha; bots; comentários e branding falsificado. - Motivado pelas receitas publicitárias, influência política ou ambas.	Alto	Política/Poder Dinheiro

Fonte: STEINBERG, 2017.

Para Francisco Brito Cruz, diretor do InternetLab:

> *Fake news* é um conceito aberto que descreve a circulação de notícias mentirosas fabricadas com o intuito de enganar, mas que tem sido usado para abarcar muitas coisas para além disso. Como é um termo muito ligado ao contexto dos EUA, nós preferimos falar de processos de desinformação. É possível desinformar disseminando um boato, uma teoria da conspiração, uma notícia antiga, fora de contexto ou incompleta, criando uma movimentação política falsa na rede através de robôs ou perfis falsos. Por *fake news* ser um termo controverso, muito suscetível a ser manipulado e que nasceu em um contexto diferente do contexto brasileiro, temos que aproveitá-lo como uma janela para falar de uma série de outras preocupações. E também considerar as experiências de outros contextos para pensar nos riscos que passamos aqui no Brasil (VENTURINI, 2018).

Allcott e Gentzkow (2017, p. 213-214) utilizam para *fake news*: "notícias que são intencionalmente e comprovadamente falsas, podendo enganar os leitores". É importante

delimitar essa fronteira para evitar associações às *fake news* de erros não intencionais, teorias da conspiração e sátiras, por exemplo. Ribeiro e Ortellado (2018) enfatizam que, no debate sobre a relevância do significado do termo, há controvérsia em pelo menos dois pontos:

> i) se o conceito deve se referir apenas a conteúdo noticioso comprovadamente falso ou se deve se referir também a outras técnicas de desinformação e engano, como os exageros, as omissões, as informações tiradas de contexto e as especulações; ii) se o conceito deve incluir apenas o conteúdo falso produzido intencionalmente ou se compreende também qualquer tipo de equívoco factual verificável, mesmo que não seja intencional, como um simples erro de apuração (RIBEIRO; ORTELLADO, 2018, p. 73).

Mesmo diante de diversas definições, o que é consenso entre pesquisadores, jornalistas, Governo educadores e até mesmo a própria sociedade, é de que a onda de *fake news* – em que a verdadeira ameaça é a desinformação - representa riscos para os processos democráticos, segurança nacional, e pode minar a confiança na sociedade da informação e confiança no mercado digital.

2.1.4 Impactos e iniciativas

No estudo *The spread of true and false news online*, pesquisadores do Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT) descobriram que os cidadãos comuns são os principais responsáveis por compartilhar as *fake news*. Após investigar como as notícias falsas são replicadas no Twitter, no período de 2006 a 2017, a constatação foi de que informações falsas são disseminadas mais rapidamente e têm um alcance 70% maior do que as verdadeiras, independentemente do assunto (VOSOUGHI; DEB; ARAL, 2018). O critério para definir a veracidade da informação veio de seis agências americanas de *fact-checking*.

Pesquisa do Pew Research Center (BARTHEL; MITCHELL; HOLCOMB, 2016), mostrou que, para 64% dos americanos entrevistados, as notícias falsas confundem a interpretação dos fatos e eventos atuais. Esta impressão é compartilhada amplamente em todos os níveis educacionais, afiliações políticas e as mais variadas características demográficas. Reforça ainda que, apesar de 39% se considerarem muito confiantes para identificar *fake news*, 23% dizem já terem compartilhado notícias falsas, com 14% afirmando que sabiam que o conteúdo não era verdadeiro.

Em *The Future of Free Speech, Trolls, Anonymity and Fake News Online (*RAINIE; ANDERSON; ALBRIGHT, 2017), também do Pew Research, especialistas reforçam a preocupação com a manipulação e falta de civismo na internet, e muitos apostam na tese de que os problemas só vão aumentar. Questionados se na próxima década o discurso online se tornaria

mais ou menos moldado por assédio, *trolls*, e um tom geral de queixas, desconfiança e nojo, 39% responderam que esperam um futuro online com ainda mais atividades negativas.

Os sites que difundem notícias falsas mantêm-se firmes na produção de conteúdos graças aos cliques da audiência, e a divulgação de *fake news* acaba sendo incentivada pela publicidade. Nos Estados Unidos, no início de abril de 2017, mais de 60 sites que publicam informações falsas ganharam dinheiro com o serviço do Google AdSense e outras importantes redes de anúncios (BATHKE, 2017).

Para combater as notícias falsas, o Google tenta atacar exatamente a rentabilidade dos negócios dos sites que produzem estes materiais. Quando identificadas, essas páginas são impedidas de anunciar na plataforma. As políticas de uso do Youtube e selos de verificação das notícias em parceria com agências de *fact-checking* complementam algumas das iniciativas. O Facebook, que segue rejeitando seu papel de editor de conteúdo, divulgou diversas iniciativas, muitas delas polêmicas, para tentar frear a disseminação de notícias falsas, como campanhas de conscientização sobre o compartilhamento de informações falsas na plataforma, incentivo às agências de *fact-checking*, mudanças em seus algoritmos para reduzir o alcance de manchetes caça-cliques, priorizando conteúdo produzido por usuários no lugar de conteúdo patrocinado. Esta iniciativa levou o jornal Folha de São Paulo a encerrar a atualização do seu perfil na rede social, por encorajar a proliferação de *fake news* em prejuízo do jornalismo profissional.

Wardle e Derakhshan (2017) reúnem em seu relatório 34 recomendações direcionadas a empresas de tecnologia, governos nacionais, organizações de mídia, sociedade civil, ministérios da educação e órgãos de financiamento para combater a desordem informacional, resumidas abaixo:

Quadro 3 - Recomendações para combater a desordem informacional

Empresas de tecnologia	1. Criar um conselho consultivo internacional. 2. Fornecer aos pesquisadores os dados relacionados às iniciativas destinadas a melhorar a discurso. 3. Fornecer critérios transparentes para quaisquer alterações algorítmicas que abaixem o conteúdo. 4. Trabalhar colaborativamente. 5. Realçar detalhes contextuais e criar indicadores visuais. 6. Eliminar incentivos financeiros. 7. Aplicação de medidas duras à amplificação computacional. 8. Criar conteúdo moderadamente diferente do inglês. 9. Prestar atenção às formas audiovisuais de informações erradas e desinformadas. 10. Fornecer metadados para parceiros confiáveis. 11. Construir ferramentas de verificação de fatos. 12. Construir "motores de autenticidade". 13. Trabalhar em soluções especificamente destinadas a minimizar o impacto das bolhas de filtro: a. Permitir que os usuários personalizem algoritmos de feed e pesquisa. b. Diversificar a exposição a diferentes pessoas e pontos de vista. c. Permitir que os usuários consumam informações de maneira privada.

	d. Alterar a terminologia usada pelas redes sociais.
Governos Nacionais	1. Investir em pesquisas para mapear os impactos da desordem informacional. 2. Regular as redes de anúncios. 3. Exigir transparência em torno dos anúncios do Facebook. 4. Apoiar organizações de mídia de serviço público e agências de notícias locais. 5. Desenvolver treinamento avançado em segurança cibernética. 6. Impor níveis mínimos de notícias de serviço público às plataformas.
Organizações de Mídia	1. Colaborar 2. Concordar com políticas sobre o silêncio estratégico. 3. Garantir fortes padrões éticos em todas as mídias. 4. Desmascarar fontes, bem como conteúdo. 5. Produzir mais segmentos e recursos de *news literacy*. 6. Contar histórias sobre a escala e a ameaça representada pela desordem informacional. 7. Concentrar-se em melhorar a qualidade das manchetes. 8. Não divulgar conteúdo fabricado.
Sociedade Civil	1. Educar o público sobre a ameaça da desordem informacional. 2. Agir como corretores honestos.
Ministérios da Educação	1. Trabalhar internacionalmente para criar um currículo padronizado de *news literacy*. 2. Trabalhar em parceria com bibliotecas. 3. Atualizar os currículos das escolas de jornalismo.
Órgãos de Financiamento	1. Fornecer suporte para testar soluções. 2. Suporte a soluções tecnológicas. 3. Financiar programas de apoio que ensinam pessoas com habilidades críticas de pesquisa e informação.

Fonte: WARDLE; DERAKHSHAN, 2017, p. 7-9.

A União Europeia lançou uma força-tarefa para combater *fake news*, diante dos efeitos do fenômeno no resultado do Brexit, nas eleições francesas, entre outros tantos impactos negativos. Por lá, o movimento reuniu representantes de redes sociais, meios de comunicação, sociedade civil e do mundo jornalístico e acadêmico, e foi presidida pela professora e jurista holandesa especializada em comunicação, Madeleine de Cock. Entre as iniciativas do grupo, estão: um Código de Prática autorregulatório para abordar a disseminação da desinformação online e *fake news* e garantir transparência e justiça nas campanhas on-line, que inclusive foi assinado por diversas empresas de tecnologia, como Facebook, Google, Mozilla, Twitter; conferências, relatórios e pesquisas para compreender a desinformação como um fenômeno que vai muito além do termo *fake news* (EUROPEAN COMMISSION, 2018). No Brasil, o Conselho Consultivo sobre Internet e Eleições foi formado no final de dezembro de 2017, não conseguiu bons resultados. Formado pelo Ministério Público Eleitoral, Ministério da Justiça, Ministério da Defesa, da Polícia Federal, da Agência Brasileira de Inteligência (ABIN), do Ministério da Ciência e Tecnologia, do Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI), da SaferNet Brasil e da Fundação Getúlio Vargas, o comitê assistiu, perplexo, à desordem informacional que pode ter influenciado o resultado das eleições de 2018.

Nos próximos tópicos, serão explorados o papel do método jornalístico e do *fact-checking* no realinhamento do caos informacional.

2.1.5 O jornalismo e a desordem informacional

A mudança cultural posta pelas novas tecnologias fortalece um movimento em que o jornalismo perde o monopólio da novidade, da produção e da disseminação da informação. Novos personagens aparecem para disputar esse cenário, num processo em que cada cidadão se torna criador de conteúdo. Ramonet (2012, p. 10) destaca que "a democratização da comunicação traz à tona um fator preocupante: web-atores difundindo informações com alcance global – e muitas vezes sem nexo com a autoria". E ao jornalismo, antes responsável pela credibilidade das informações, coube se adequar "à ditadura da urgência e do instantâneo" - e poucas redações dispõem do tempo necessário para fazer conscientemente seu trabalho.

Para Lisboa e Benetti (2017, p. 52), ao considerar o jornalismo como uma fonte de conhecimento sobre a realidade – e a credibilidade um elemento essencial da confiança, o seu funcionamento passa a se encaixar dentro um "processo universal de busca de conhecimento estudado pela filosofia, [...] um sofisticado sistema de crenças que explica por que atribuímos credibilidade a certos relatos e não a outros". Mecanismos de percepção são formados ao longo dos anos, e o homem, como ser social, passa a utilizá-los no processo de construção de confiança para perceber inconsistências no ato comunicativo. As autoras acrescentam:

> Foley (2004) usa o termo "níveis de confiança", do qual podemos depreender que existem também "níveis de credibilidade", conforme a subordinação do orador a valores que regem sua conduta ética. Ou seja, se não temos absolutamente nenhuma informação, direta ou indireta, que deponha contra quem fala, tendemos a confiar em algum grau no seu relato. Essa confiança é calibrada conforme o seu desempenho em nos dizer "verdades" de um modo plausível. [...] Muito do que sabemos sobre o mundo e sobre nós mesmos nos chega por meio de relatos de familiares, amigos, professores – e do jornalismo. (LISBOA; BENETTI, 2017, p. 52,53).

O ecossistema jornalístico atual vive um período em que o cidadão passou a ter mais liberdade e o que era um banco de informação limitada, hoje virou um banco de informação infinita – e o pior - em geral não processada. A linha divisória entre jornalismo e o leitor está se tornando particularmente difusa, à medida que mais pessoas se envolvem na criação de notícias. As tecnologias permitem que estes web-atores forneçam informações ao fluxo de notícias e à conversa pública, ao mesmo tempo que as redes sociais, especialmente Twitter, Facebook e aplicativos como o Whatsapp, facilitam o rápido compartilhamento de informações e a disseminação de notícias erradas, imprecisas ou enganosas. A vulnerabilidade da indústria de notícias diante da competição acirrada por cliques somada ao despreparo dos jornalistas –

que muitas vezes não recebem o treinamento necessário para analisar fontes ou conteúdo digital, fragiliza o setor, que pode se tornar até mesmo um vetor da desinformação (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013; TEWKSBURY; RITTENBERG, 2012; VOSOUGHI; DEB; ARAL, 2018; WARDLE, 2018).

A população substituiu a confiança antes depositada no *mainstream* por uma fé, quase infinita, na informação que chega pelas redes sociais. Gandour (2016, p. 6) afirma que, ao "jogar o valor de comercialização da informação para próximo de zero, a revolução digital colocou em xeque [...] as redações chamadas "tradicionais", que passaram a ter dificuldades de se sustentar". O autor atribui a este cenário cinco principais características:

> 1) As pessoas hoje estão expostas a uma mistura informativa, composta de notícias geradas profissionalmente, muitas vezes fatiadas aos pedaços, e eventualmente misturadas com rumores, boatos e opiniões oriundas de várias fontes. 2) Os mecanismos de formação de grupos nas redes sociais facilitam a convivência predominantemente com quem pensa e vê as coisas de uma forma semelhante. Isso pode ser catalisado pelos algoritmos que gerenciam a distribuição de conteúdos nas redes com base nas preferências manifestadas pelos usuários. 3) O enfraquecimento das plataformas estáveis de produção e edição –as redações—pode causar um empobrecimento geral, uma queda generalizada na qualidade do ambiente informativo. As redações ditas "tradicionais" ainda são a grande fonte de abastecimento do ambiente geral. Enfraquecidas, que tipo de conteúdos serão replicados, mesmo que aos pedaços, nas redes sociais? 4) A decadência dessas plataformas estáveis de produção –a mídia estabelecida, responsáveis pela lógica da oferta—pode enfraquecer o estabelecimento do que os cientistas sociais chamam de "uma agenda pública comum"; 5) O fortalecimento das redes como principais distribuidoras traz de volta –agora muito reforçado— o debate sobre a transparência (ou a falta dela) dos algoritmos. Esses sofisticados "softwares" e seus gestores são, na prática, os novos "editores" ou "publishers"? (GANDOUR, 2016, p. 9, 10).

Para Costa (2018, p. 11), esse processo tem afetado o jornalismo como atividade, transformando até mesmo o manuseio da informação produzida por um veículo de credibilidade, que pode ser "recortada, retrabalhada, reescrita e compartilhada de forma absolutamente diferente, e até deformada, em relação a seu conteúdo original". Definida por informações em fluxos e efêmeras, a Teoria do Parêntese de Gutenberg, do professor Thomas Pettitt, da Universidade do Sul da Dinamarca, tenta explicar esse fenômeno:

> [...] a maneira como se pensa agora seria uma reminiscência do modo de pensar de um camponês medieval, com base em fofocas, boatos e muita conversa. "O novo mundo é, em alguns aspectos, o velho mundo, o mundo antes da impressão", afirma ele [Thomas Pettitt]. (COSTA, 2018, p. 11).

Os resultados do *Digital News Report* (NEWMAN *et al*, 2018) revelam que 44% da população desconfia das organizações de mídia, o que reforça a crise de confiabilidade que o jornalismo enfrenta. O Índice de Confiança nas Instituições, de 2018, mensurado pela Escola de Direito de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (RAMOS *et al*, 2017), é ainda mais preocupante, apontando que a confiança dos brasileiros na imprensa escrita atingiu 35%, logo

atrás das redes sociais (Facebook e Twitter), com 37%. O Índice de Confiança Social, realizado pelo IBOPE, indica que, em dez anos, a confiança dos brasileiros nos meios de comunicação caiu de 71%, em 2009, para 51%, em 2018 (IBOPE, 2018).

Considera-se, então, uma parcela de culpa ao jornalismo pela proliferação de mentiras e imprecisões nas mídias e a negligência em relação aos imperativos de qualidade, que podem ferir o maior patrimônio da mídia: a credibilidade. Gallo comenta:

> A profusão de opiniões faz parte do jogo da liberdade de expressão. Mas há uma diferença crucial entre esse tipo de informação e as notícias, especialmente aquelas coletadas, analisadas, conferidas e divulgadas por meios de comunicação idôneos. E a diferença é justamente a credibilidade. A construção da credibilidade é um processo custoso e frágil. Cada pedra exige tempo e esforço para ser colocada na pirâmide da reputação; quando se retiram algumas, porém, a construção inteira pode cair em poucos instantes. (GALLO, 2017, p. 83)

Schudson (2017) é enfático ao comparar a função do jornalista a de um pedreiro, ambos são responsáveis pela construção (de casas e de notícias), mas precisam seguir regras. Um jornalista precisa se comprometer a colocar a realidade em primeiro plano, passando longe de um conteúdo falso, corrompido ou exagerado. Cabe ainda a recusa diante de vieses ideológicos, ativismos políticos, agrados aos anunciantes ou interesses comerciais – nem mesmo o interesse do público.

Ao classificar a notícia como "a preciosa oportunidade de participar muito mais intensa e extensamente da história", Jose Ortega Costalles (*apud* MEDINA, 1988, p. 19), resgata a essência do ser jornalístico, que pela importância do trabalho realizado, foi consolidando com o tempo a necessidade de estabelecer um *modus operandi.* Para Medina (1988), a verdade de uma notícia se remete à objetividade do acontecimento, e como o repórter está exposto a uma percepção subjetiva, é fundamental que ele seja treinado a respeitar um método e colocar em prática certas técnicas. Vizeu e Santana (2010) reforçam a importância do rigor na aplicação desse método para tornar o mundo mais compreensível para as pessoas. Essa função pedagógica se dá no trabalho jornalístico de pré-organizar, selecionar, esmiuçar e explicar as notícias, uma grande responsabilidade ante os novos cenários de produção e consumo informativos.

No processo de classificação dos fatos para moldar as notícias do dia, a análise dessa produção – que passa essencialmente pelo método de apuração – pode trazer pistas valiosas acerca do mundo a nossa volta. Esse método, constituído por um conjunto de procedimentos que se converte numa rotina, pode ser compreendido como "uma série de ações ou decisões planejadas e adotadas conscientemente para alcançar determinado objetivo. [...] exigem o uso de inteligência (são conscientes) e representam uma escolha entre possibilidades diferentes" (SPONHOLZ, 2008, p. 57).

A disseminação de notícias falsas e o comportamento do público em relação ao que se produz forçou os grandes veículos de comunicação a investir ainda mais na apuração dos fatos, além de trabalhar em parceria com as agências de *fact-checking*, que começaram a se estabelecer a partir dos anos 2000. No início, o foco da checagem estava na publicação voltada para as declarações feitas por figuras públicas. Com o lançamento do site Factcheck.org, nos Estados Unidos, sob o comando de Brooks Jackson, o gênero começou a conquistar reconhecimento e audiência, tendo seu ápice quando o PolitiFact[3] levou o prêmio Pulitzer em 2009 (MONNERAT, 2017). Os checadores do mundo têm uma rede internacional (o International Fact-checking Network - IFCN, do Poynter Institute), um código de princípios, uma conferência global anual e um dia internacional do *fact-checking* - dia 2 de abril, o dia seguinte ao da mentira.

No Brasil, três agências são certificadas pelo IFCN: Lupa[4], Truco[5] e Aos Fatos[6]. As instituições credenciadas devem estabelecer compromissos com apartidarismo e equidade, transparência das fontes e de financiamento da organização, detalhes sobre métodos utilizados e correções francas e amplas.

A Lupa é a primeira agência de *fact-checking* do país e, desde novembro de 2015, a equipe acompanha diariamente o noticiário de política, economia, cidade, cultura, educação, saúde e relações internacionais para corrigir informações imprecisas e divulgar dados corretos. O resultado do trabalho é vendido a outros veículos - em seu primeiro ano, fechou contratos comerciais com os jornais Folha de São Paulo e O Globo, a rádio CBN, as revistas Época e Piauí (versão impressa) e o canal por assinatura GloboNews. Folha, CBN e Época continuam ativos na lista de clientes de 2017. A Editora Alvinegra, que publica a revista mensalmente, é o principal investidor da agência. A Lupa já produziu checagens em formatos de texto, áudio e vídeo, e hoje está hospedada no site da revista Piauí, no modelo de *startup*. Um conselho consultivo foi formado para debater estratégias, discutir pautas e críticas, em um processo de aprimoramento do jornalismo.

A agência Aos Fatos surgiu em 2015 e é mantida por uma equipe de profissionais multidisciplinares e multitarefas, além de uma rede de *freelancers*. O processo de venda de checagens e reportagens obedece aos trâmites comerciais que garantem independência à agência. A distribuição do conteúdo fica a cargo do parceiro de Aos Fatos, que compra a

---

[3] Disponível em: < http://www.politifact.com/>.
[4] Disponível em: <piaui.folha.uol.com.br/lupa/>.
[5] Disponível em: <https://apublica.org/truco//>.
[6] Disponível em: <https://aosfatos.org/>.

exclusividade da publicação. Os conteúdos são publicados no UOL, Buzzfedd, Pulso 55 e Voltdata, além de disponibilizar um serviço de checagem sob demanda - a Aos Fatos Lab. Diferentemente da Lupa, que tem um fundo de investimento, a Aos Fatos é mantida por apoiadores e campanhas de crowdfunding, além das vendas dos conteúdos produzidos.

A agência Truco é o projeto de *fact-checking da* Agência Pública e existe desde 2014. No início, a ideia era checar falas de políticos, mas, a partir de fevereiro de 2017, ampliou seu escopo e passou a verificar afirmações de quaisquer personalidades públicas ou divulgadas na internet, sempre que for encontrada uma frase relevante e que paute o debate na sociedade. O objetivo é aprimorar o discurso público e a democracia, tornando as autoridades mais responsáveis por suas declarações. Após passar por uma auditoria independente concluída em 28 de março de 2017, tornou-se um dos signatários verificados do código de princípios da IFCN. A equipe de checagem é formada por jornalistas da Agência Pública, com colaboração de outros integrantes da equipe. O financiamento é da Agência Pública – e parte das doações também vêm de *crowdfunding.*

O que faz do *fact-checking* uma prática relevante ao jornalismo na era da pós-verdade é a preocupação com a transparência e credibilidade. Os métodos de checagem não mudam muito entre as agências, mas todas explicam como chegaram à conclusão sobre a veracidade das informações publicadas, destacando as fontes originais de informação com links e referências. Outro ponto importante para assegurar a qualidade é a busca pela diversidade de personalidades checadas e uma política clara de erros. As agências não checam opiniões e previsões, além de tópicos de pouca relevância para o debate público, como vícios de linguagem, questões de foro íntimo e afins. Assim como as demais plataformas verificadas pela IFCN a partir de seu código de boas práticas, os métodos de checagem são públicos.

Abaixo, segue um comparativo das três agências no que diz respeito aos métodos de checagem utilizados:

Quadro 4 - Metodologias das agências de fact-ckecking no Brasil

	Truco	**Aos Fatos**	**Lupa**
O que é verificado?	Falas de políticos e personalidades e informações em circulação na rede.	Declarações de políticos e autoridades de expressão nacional, de diversas colorações partidárias.	Noticiário diário de política, economia, cidade, cultura, educação, saúde e relações internacionais.
Qual a metodologia?	Em etapas: 1. Seleção de uma frase que possa ser verificada. É fundamental que a frase contenha um dado, faça referência a	Em sete etapas: 1. Seleção de uma declaração pública. 2. Análise da relevância 3. Consulta à fonte original para checar veracidade	Em oito etapas: 1. Observação diária do que é dito por políticos, líderes sociais e celebridades em jornais, revistas, rádios,

	leis, permissões, proibições, situações verificáveis ou traga afirmações categóricas. Além disso, a agência procura realizar um rodízio entre as personalidades checadas. 2. Contato com o autor da frase para que forneça a fonte da informação. 3. Paralelamente, busca de outras fontes, oficiais ou não, e, se necessário, consultam-se especialistas. 4. Comparação da apuração com os dados fornecidos para classificar a afirmação. 5 Atribui-se um selo que mostra o resultado da checagem. 6. Contato com o autor da frase para que este se explique, diante da conclusão da checagem.	4. Consulta às fontes oficiais para confirmar ou refutar a informação. 5. Consulta às fontes alternativas que podem subsidiar ou contrariar oficias. 6. Contextualização. 7. Classificação da declaração de acordo com uma das cinco categorias.	programas de TV e na internet. 2. Seleção da frase a ser trabalhada seguindo três critérios de relevância: preferência para frases feitas por personalidades de destaque nacional, assuntos de interesse público e que tenham ganhado espaço na imprensa. 3. Levantamento de tudo que foi publicado sobre o assunto em jornais, revistas, sites. 4. Levantamento de dados oficias. 5. Se necessário, recorre a Leis de Acesso à Informação e/ou às assessorias de imprensa 6. Se necessário, apuração em campo. 7. Análise de especialistas para contextualizar o assunto. 8. Solicita posição oficial daquele que foi checado, dando a oportunidade de se explicar.
Quais são os selos atribuídos ao fato checado?	Oito selos: 1. Verdadeiro 2. Sem contexto 3. Contraditório 4. Discutível 5. Exagerado 6. Distorcido 7. Impossível provar 8. Falso	Cinco selos: 1. Verdadeiro 2. Impreciso 3. Exagerado 4. Falso 5. Insustentável	Oito etiquetas: 1. Verdadeiro 2. Verdadeiro, mas 3. Ainda é cedo para dizer 4. Exagerado 5. Contraditório 6. Insustentável 7. Falso 8. De olho

Fonte: Elaborada pela autora.

Um estudo preliminar de Chloe Lim, PhD da Universidade de Stanford (LIM, 2017), afirma que atribuir uma classificação – como é padrão nas agências de *fact-checking* - é um editorial, não um método científico. Ela levanta um debate acerca do uso das classificações utilizadas pelas agências, em uma análise que, em resumo, aponta que 20% dos fatos checados receberam duas avaliações completamente opostas das agências – PolitiFact e The Fact Checker. O argumento é rebatido por especialistas, que afirmam que as classificações não são

perfeitas, mas proporcionam um serviço valioso aos leitores que desejam saber a real precisão de uma declaração (MANTZARLIS, 2017).

Nyhan e Reifler (2015) conduziram um estudo inédito para analisar os efeitos da exposição dos eleitores ao *fact-checking* em 2014 nos Estados Unidos. O público mostrou uma percepção positiva sobre o *fact-checking* e, quando exposto randomicamente a ele, aprovou ainda mais o formato, tendo acesso a um conteúdo que aumenta o conhecimento sobre as questões em debate. Os autores defendem os conteúdos considerando que, com a ameaça das *fake news*, as pessoas estão muito expostas às afirmações falsas que constroem uma "ilusão de verdade", em que uma informação imprecisa se torna mais familiar e ao longo do tempo, pode ser vista como verdade. Mas ressaltam a dificuldade dos *fact-checkers* em atrair uma audiência mais representativa que acesse esses conteúdos voluntariamente.

Tai Nalon (NALON, 2016), diretora da Aos Fatos, defende o compromisso dos *fact-checkers* em exercer um jornalismo de maneira honesta entre seus pares e para o público. "É esse público, aliás, que sabe, graças aos quixotescos checadores, que Donald Trump é um mentiroso contumaz - ou que candidatos a prefeito no Rio e em São Paulo cometeram erros em 75% das suas declarações durante a campanha de 2016". Para Cristina Tardáglia (GONÇALVES, 2016), diretora da Lupa e uma das pioneiras em fact-checking no Brasil, a missão das agências é "elevar o custo da mentira" a ponto de as figuras públicas evitarem o uso de informações equivocadas, elevando o debate público. Ou como reforça Anderson, Bell e Shirky (2013, p. 43), "os aspectos mais importantes do trabalho jornalístico individual seguem sendo o que sempre foram em sua melhor encarnação: entrevistar, observar em primeira mão, analisar documentos". Fatos e informações confiáveis são essenciais para o funcionamento da democracia - e a era digital tornou isso ainda mais necessário.

Em 2018, 24 veículos de comunicação brasileiros se uniram em um projeto inédito de *crosscheck* para lançar o projeto colaborativo Comprova, com objetivo de checar declarações, especulações e rumores com forte circulação nas redes sociais brasileiras relacionados às eleições, em outubro. Os jornalistas buscaram ativamente por esse tipo de conteúdo e também receberam sugestões enviadas pelo público pelo WhatsApp. A checagem realizada por um veículo foi validada por outros dois meios da rede, para então ser publicada no site e nos perfis da iniciativa nas redes sociais, e também replicada nas páginas e perfis das publicações parceiras. O aspecto mais notável do Comprova é a parceria entre os meios jornalísticos brasileiros, entre grandes grupos de comunicação como a Band, com suas emissoras de TV e rádio (canal Band, canal BandNews, Rádio BandNews FM e Rádio Bandeirantes), o canal SBT e o grupo UOL; grandes jornais como a Folha de São Paulo, Estadão e Jornal do Commercio,

e nativos digitais como Nexo Jornal e Poder360. Além destes, também fazem participam AFP, Canal Futura, Correio do Povo, Exame, Zero Hora, Gazeta do Povo, Gazeta Online, Metro Brasil, Nova Escola, NSC Comunicação, O Povo, revista Piauí e Veja. A iniciativa, coordenada pela Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (ABRAJI) e é inspirada em outros projetos implementados pelo mundo, como nas eleições da França em 2017, e tem apoio do Projor - Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo, do *Google News Initiative* e do *Facebook Journalism Project* (ASSIS, 2018).

O Projeto Comprova (COMPROVA, s/d) segue cinco princípios norteadores: rigor, integridade e imparcialidade, independência, transparência e responsabilidade ética. Claire Wardle, fundadora e pesquisa da *First Draft*, organização internacional que criou a iniciativa, resume as conquistas do projeto em artigo para a ABRAJI:

> Ao todo, 147 checagens foram publicadas no site do Comprova, e muitas outras foram publicadas através dos parceiros (nós estamos no processo de coletar esse número final). O Jornal do Commercio, sediado no Recife, publicou uma coletânea de desmentidos em uma edição de final de semana várias vezes durante o projeto, replicando o conteúdo do site para o público do impresso. Um dos elementos dos quais os jornalistas mais se orgulham é que nenhuma correção foi feita durante o projeto. [...]Ter esses canais de comunicação entre as redações do projeto também nos levou a discussões aprofundadas sobre a ética de cobrir uma parte específica do conteúdo, ou como enquadrar a manchete. E para os acadêmicos na área, nós agora temos os mais incríveis conjuntos de dados sobre desinformação, o que sempre foi o ponto principal desses projetos. Levantaremos em nossa pesquisa como podemos fazer um bom trabalho no tema, um trabalho que em última instância ajude a comunidade acadêmica a aprender mais sobre o ecossistema de desinformação em diferentes plataformas. [...]desinformação não é um problema só durante o período de eleições. Nós precisamos fornecer às redações treinamentos sobre descobertas sociais, verificação, e técnicas responsáveis de reportagem quando se trata de desinformação. Depois, precisamos estabelecer projetos colaborativos contínuos para que as novas habilidades recém-descobertas não morram, e precisamos construir redes de "embaixadores" dispostos a espalhar conteúdo de qualidade em grupos de WhatsApp (WARDLE, 2018).

Apesar dos resultados positivos do Comprova, a pesquisadora mantém uma postura crítica sobre o preparo da indústria global jornalística para lidar com as ameaças da desordem informacional. O fenômeno exige um novo olhar para as habilidades, rotinas, padrões e ética executadas diariamente nas redações. Wardle (2018) destaca cinco iniciativas que podem orientar o mercado jornalístico nessa caminhada: 1) treinar os profissionais em táticas e técnicas de desinformação; 2) não dar combustível para a desinformação; 3) entender as implicações de um público em rede; 4) explicar melhor manchetes, *tweets* e postagens, sem dar margem a interpretações equivocadas do leitor e 5) investir em reportagens que ajudem o público a entender os assuntos que frequentemente são alvos da desinformação.

Esses aspectos dialogam com os dez indicadores sugeridos por Fogg *et al* (2002 *apud* LISBOA, BENETTI, 2017), para que um site jornalístico mostre ao leitor seu grau de credibilidade, considerando dimensões importantes de competência. São eles:

> 1) facilitar a verificação, pelo leitor, da veracidade das informações apresentadas, linkando textos de referências e fontes reconhecidas; 2) deixar claro que existe uma organização real por trás do site, com a lista dos membros e seus endereços físicos com fotos; 3) expor e valorizar a competência das pessoas que produzem o conteúdo; 4) demonstrar, através de textos e imagens, que você é confiável ou que os serviços que você ou sua empresa prestam são confiáveis; 5) colocar, de forma visível e acessível, o telefone e endereço fixo da empresa para que o leitor possa entrar em contato; 6) investir no design do site; 7) torná-lo útil e relevante; 8) atualizá-lo com frequência e deixar essa informação visível; 9) evitar colocar anúncios, mas, se isso for necessário, diferencia o conteúdo pago do editorial; 10) evitar erros de qualquer tipo, por menores que eles sejam (FOGG *et al*, 2002 *apud* LISBOA, BENETTI, 2017, p. 56).

Rosenstiel e Elizabeth (2018) defendem que, para o público se tornar um consumidor de notícias mais habilidoso - de maneira orgânica e instintiva – é fundamental que os jornalistas construam histórias de maneira diferente, olhando para além da estrutura tradicional da notícia. Para o sucesso do jornalismo, portanto, não basta perguntar quão bem o público entende os métodos dos jornalistas.

> É igualmente importante perguntar até que ponto os jornalistas falam a língua do seu público e conhecem as perguntas que o público pode fazer. Como explicaremos mais detalhadamente a seguir, isso vai além do movimento em direção à transparência que ganhou impulso nos últimos dois anos como forma de reconstruir a confiança. Envolve jornalistas antecipando e tentando responder às perguntas que as pessoas logicamente perguntariam sobre uma determinada história. Essas perguntas vão variar dependendo do tipo de história: elas serão diferentes para uma notícia de última hora ou uma história de vigilância ou uma que envolva o uso de uma imagem controversa. No momento, no entanto, imagine um formato ou apresentação que, ao lado da história, coloque algumas questões-chave que um consumidor de notícias discriminador ou "fluente" pode pedir para decidir o que fazer com a história. Entre as possibilidades: O que é novo aqui? Quais evidências existem? Com quais fontes você conversou e por quê? Que fatos ainda não sabemos? O que, se alguma coisa, ainda está em disputa? (ROSENSTIEL; ELIZABETH, 2018).

Partindo da convicção de que o jornalismo é essencial e existem muitas oportunidades de fazer um bom trabalho de diversas maneiras, Anderson, Bell e Shirky (2013) deslocam o jornalista para outro nível na cadeia editorial, exercendo uma função que vai além das observações iniciais:

> [...] exerce uma função cuja ênfase é verificar, interpretar e dar sentido à enxurrada de texto, áudio, fotos e vídeos produzida pelo público. A "apuração dos fatos" ocupa um lugar de destaque na autoimagem do jornalismo: está no cerne daquilo que o jornalista faz – algo, que, em sua concepção, ninguém mais pode fazer; é o aspecto da ocupação que requer a habilidade mais tácita; é a função que serve de forma mais direta o interesse público. (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 33)

A notícia é o principal produto do jornalismo e se sustenta por uma necessidade do ser humano: o instinto de percepção. As pessoas precisam saber o que acontece na cidade, no país

e do outro lado do mundo, o conhecimento do desconhecido proporciona segurança, planejamento e administração das próprias vidas. Com isso, cabe ao jornalismo firmar um compromisso com a verdade e o consentimento entre os profissionais da importância de apurar bem os fatos, buscar a exatidão e a equidade (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003, p. 33-36).

> O instinto da verdade não é menor hoje, na era da nova mídia e das fontes proliferantes, do que era antes. Mais interpretação pode acabar em cacofonia e desviar a atenção do leitor para o lado mais superficial da verdade, o nível que deve ser parte do processo de seleção depois que os fatos foram estabelecidos. É um erro passar ao estágio interpretativo antes de apurar o que realmente aconteceu. Em lugar de correr para acrescentar contexto e interpretação, a imprensa precisa se concentrar na síntese e na verificação. Que tire fora o rumor, a insinuação, o insignificante e engraçadinho e se concentre no que é verdadeiro e importante em uma história. À medida que os cidadãos encontram um grande fluxo de dados – e não menos – fontes identificáveis para verificar aquela informação, apontando o que é mais importante para saber e descartando o que não é (KOVACK; ROSENSTIEL, 2003, p. 77).

Zuckerman (2017; 2018), assume uma postura mais crítica em relação à crise de informação, reforçando que é preciso construir uma mídia comprometida com diferentes perspectivas, e que ajude o leitor a entender a complexa realidade política em que os brasileiros vivem. Para ele, a resposta não é combater *fake news* - é construir notícias amplas. O pesquisador reforça que existe uma convicção cívica de que as notícias permitem que as pessoas se informem, e, diante de uma denúncia de corrupção, por exemplo, possam protestar, boicotar e até mesmo não eleger novamente um candidato. “O jornalismo ganha muito de seu poder com a percepção de que o público também é cidadão”.

2.1.6 O papel da educação

Aidan White, da *Ethical Journalism Network* (WHITE, 2017) defende que as notícias falsas não são resultado do mau jornalismo, mas sim dos negócios que sustentam a economia digital, em que algoritmos priorizam cliques ao invés de conteúdos. O jornalismo também depende da demanda da sociedade por informações de qualidade e uma maturidade na utilização da internet, e enquanto estivermos na “adolescência digital”, discursos de ódio e notícias falsas continuarão a existir. O público deve se tornar um consumidor de informações mais criterioso. A maré de notícias falsas depende das decisões coletivas de milhões de usuários cujas escolhas em torno de clicar e compartilhar informações falsas determinam sua disseminação (INSTINCTIF PARTNERS, 2017; MIHAILIDIS; VIOTTY, 2017; ANSOLABEHERE *et al*, 2017).

Sundar (2016) argumenta que simplesmente ensinar como discernir informações falsas das verdadeiras é apenas uma pequena parte de um problema maior. Para o professor, que vem

estudando a psicologia do consumo de notícias on-line há mais de duas décadas, os leitores não parecem realmente se importarem com o papel do jornalismo profissional como *gatekeeping*. Ele relata:

> Descobrimos que os leitores geralmente prestam atenção à cadeia de fornecimento apenas se o tópico da história for realmente importante para eles. Caso contrário, eles serão influenciados pela fonte ou website que republicou ou publicou a história, em outras palavras, o veículo que forneceu a história diretamente. Não surpreende, portanto, ouvir as pessoas dizerem que receberam notícias de "fontes" que não criam nem editam artigos de notícias: Verizon, Comcast, Facebook e, por proximidade, seus amigos. (SUNDAR, 2016).

Portanto, é um consenso entre especialistas que habilidades críticas para interpretar notícias têm o potencial de fornecer uma base sólida para lidar com a desordem informacional. E esta é uma demanda urgente, principalmente entre os mais jovens.

Estima-se que um em cada três internautas tenha menos de 18 anos (LIVINGSTONE; CARR; BYRNE, 2015). No Brasil, pesquisa do CGI, revela dados que reforçam a importância de abordar o tema com essa geração, considerando que, em 2016, 82% das crianças entre 9 e 17 anos tinham acesso à Internet, 86% possuíam perfis nas redes, mas somente 47% usavam a web para ler ou assistir notícias. Na categoria "Habilidades Informacionais", em média 69% utilizavam a internet para verificar se uma informação estava correta, mas o índice caía para 48% entre as crianças de 11 e 12 anos. O currículo das escolas ainda é falho em abordar vários aspectos-chave da vida on-line, incluindo como criticar conteúdo e identificar notícias falsas (CHILDREN'S COMMISSIONER FOR ENGLAND, 2017).

Pesquisa realizada entre 2015 e 2016 pela Universidade de Stanford (STANFORD, 2016), reforça a necessidade de trabalhar o tema com os estudantes. O estudo avaliou a capacidade dos jovens americanos em apurar a credibilidade do que leem e reuniu alunos de ensino fundamental, médio e superior. Os pesquisadores avaliaram temas como literalidade das notícias, habilidade dos estudantes em julgarem o *feed* do Facebook e do Twitter, comentários deixados nas sessões de opinião, postagens em blogs, fotografias e mensagens digitais que moldam a opinião pública. Após a aplicação dos testes, os pesquisadores chegaram à conclusão de que os jovens focam mais no conteúdo do que nas fontes e que ignoram ferramentas básicas como a de verificação no momento que leem as notícias.

Para Frias Filho (2018, p. 44), a defesa mais eficiente contra a desordem informacional – a melhor barreira de proteção da veracidade – "continua sendo a educação básica de qualidade, apta a estimular o discernimento na escolha das leituras e um saudável ceticismo na forma de absorvê-las". Ferrari (2018, p. 51) enfatiza que duvidar e querer checar uma informação recebida são ações muito maiores do que etapas do método jornalístico, e sim "uma

função social do cidadão que foi educado para ter pensamento crítico; o que é pouco estimulado em governos corruptos e democracias em crise".

Ao refletir sobre o ato de estudar, Freire (1978) incita que o sujeito assuma o papel deste ato, e se oponha à postura passiva de se transformar em uma vasilha cheia de conteúdos que se retira do texto para por dentro de si mesmo. O autor continua:

> Estudar seriamente um texto é estudar o estudo de quem, estudando, o escreveu. É perceber o condicionamento histórico-sociológico do conhecimento. É buscar as relações entre o conteúdo em estudo e outras dimensões afins do conhecimento. Estudar é uma forma de reinventar, de recriar, de reescrever – tarefa de sujeito e não de objeto. Desta maneira, não é possível a quem estuda, numa tal perspectiva, alienar-se ao texto, renunciando assim à sua atitude crítica em face dele. (FREIRE, 1978, p. 10)

Reforça ainda que a mesma atitude crítica que se toma em relação à leitura deve ser aplicada "diante do mundo, da realidade, da existência". A reflexão do educador pode ser trazida para os dias atuais no contexto da interpretação das informações que circulam desenfreadamente pelas redes sociais, as que estampam capas de jornais e as que são manchetes na televisão e no rádio. O consumo de notícias deve seguir a recomendação de Freire (1978, p. 12), que implica não somente "numa penetração crítica em seu conteúdo básico, mas também numa sensibilidade aguda, numa permanente inquietação intelectual, num estado de predisposição à busca". Para Santaella (2013, p. 13), desenvolver a capacidade de levantar perguntas acerca de tudo que a pessoa lê, vê e escuta é condição fundamental para "ser cidadão nessa sociedade hipercomplexa, que potencializa a hipersociabilidade".

2.2 O CURRÍCULO DE *NEWS LITERACY*: CONCEITOS, APLICABILIDADE E CONEXÕES COM O MÉTODO JORNALÍSTICO

2.2.1 Educação e mídia

Martín-Barbero (2000) afirma que informação e conhecimento formam o eixo central do desenvolvimento social, principalmente em países como o Brasil, que enfrentam uma competitividade global baseada muito mais em inteligência do que em força. Há quase vinte anos, o filósofo alertava para a aparição de um "ecossistema comunicativo, que está se transformando em alguma coisa tão vital como o ecossistema verde, ambiental". E os jovens, que já nascem com uma empatia cognitiva às novas tecnologias, vivenciam "novos modos de perceber e de sentir", que entram em conflito com a experiência cultural dos adultos (MARTÍN-BARBERO, 2000, p. 54). Outra dinâmica citada é a diversificação e descentralização do

ambiente educacional:

> Um ambiente de informação e de conhecimentos múltiplos, não centrado em relação ao sistema educativo que ainda nos rege e que tem muito claros seus dois centros: a escola e o livro. [...]o saber é disperso e fragmentado e pode circular fora dos lugares sagrados nos quais antes estava circunscrito e longe das figuras sociais que antes o administravam. (MARTIN-BARBERO, 2000, p. 55).

Baccega (2009) contribui com a reflexão ao reforçar a importância de conhecer o papel da mídia na formatação de nossas culturas, e como a aproximação da comunicação com as escolas pode cumprir, em partes, essa função.

> Só assim conseguiremos percorrer o trajeto que vai do mundo que nos entregam pronto, editado – e no qual vivemos, no mais das vezes, num processo de conformismo com o que aí está, chegando inclusive a naturalizar injustiças, ignorar o desrespeito aos direitos fundamentais do ser humano –, para estarmos aptos à construção de um mundo que permita a todos o pleno exercício da cidadania em condições igualitárias. [...] Por isso, comunicação/educação inclui, mas não se resume a, educação para os meios, leitura crítica dos meios, uso da tecnologia em sala de aula, formação do professor para o trato com os meios etc. Tem, sobretudo, o objetivo de construir a cidadania, a partir do mundo editado devidamente conhecido e criticado. (BACCEGA, 2009, p. 20).

A urgência em refletir sobre educação e comunicação ganhou um marco no Simpósio Internacional sobre Educação para a Mídia, em 1982, na cidade de Grünwald. Organizado pela UNESCO, o encontro recebeu representantes de 19 países para formatar a "Declaração de Grünwald sobre Educação para os Media", que sugere a integração entre os sistemas de educação e de comunicação como um passo fundamental para uma educação transformadora:

> Vivemos num mundo onde a mídia é onipresente [...] mais do que condenar ou apoiar o indubitável poder da mídia, torna-se necessário aceitar o seu impacto significativo e a sua difusão por todo o mundo como um fato consumado, valorizando ao mesmo tempo a sua relevância como um importante elemento de cultura no mundo contemporâneo. [...] A maioria dos sistemas educativos não-formais e informais infelizmente pouco faz para promover a educação para a mídia ou a educação para a comunicação. Muito frequentemente, o fosso entre a experiência educativa que oferecem e o mundo real no qual vivem as pessoas é de uma dimensão perturbadora. Mas se os argumentos a favor da educação para a mídia como preparação para o exercício de uma cidadania responsável são agora imperiosos, num futuro muito próximo – com o desenvolvimento das tecnologias da comunicação [...] tornar-se-ão irresistíveis, tendo como consequência um aumento das opções de escolha dos usuários de mídia. (UNESCO, 1982).

Há mais de 30 anos, o encontro apelava às autoridades de cada país para apoiarem a criação de programas integrados de educação para a mídia para crianças e adultos, com objetivo de "desenvolver conhecimentos, aptidões e atitudes que favoreçam o crescimento de uma consciência crítica [...] e uma maior competência entre os usuários de mídia eletrônica e impressa" (UNESCO, 1982).

Soares (2014) explica que, no Brasil, a aproximação entre comunicação e educação começou nos anos de 1970, tendo como referências a Inglaterra, a Austrália e o Canadá, pela

originalidade, abrangência e o apoio que recebiam do governo para a realização dos seus programas. Pesquisadores e entusiastas dessa dinâmica trabalharam ao longo das décadas para levar à sala de aula – e outros ambientes democráticos – atividades que correlacionam os dois campos de conhecimento. A dedicação ao assunto se concentra principalmente nas organizações não-governamentais e na ação de núcleos acadêmicos, sendo que:

> [...] foi a partir da contribuição destas ONGs e da universidade – geradoras de novas orientações e metodologias de trabalho – que a questão da Educação Midiática começou a se aproximar das políticas públicas, como comprova o projeto Nas Ondas do Rádio (Prefeitura de São Paulo). Em outras palavras, a educação para uma recepção ativa e crítica das mensagens midiáticas apesar de continuar sendo obra de pioneiros, avança com expectativas positivas para o futuro. (SOARES, 2014, p. 17).

Ainda consoante Soares (2014. p. 17-18,), o conceito autônomo busca revelar o mundo que se apresenta ao juntar os dois campos e que não existe um único modelo para promover a educação midiática. Historicamente, os programas respeitam três protocolos básicos: o moral, o cultural e o mediático (ou educomunicativo). O protocolo moral, que existe desde 1930, se relaciona com a preocupação em desenvolver atividades educativas, muitas de caráter sistemático, contra os perigos representados pela mídia, que passou a fazer parte da rotina dos lares a partir dos anos de 1950. Essa corrente defende que a liberdade de expressão não deve suprimir o direito das crianças e jovens em contar com uma produção midiática de qualidade, produzida a partir de preceitos de responsabilidade social. O protocolo cultural reconhece que, por fazer parte da vida contemporânea, a comunicação e os meios de informação precisam ser conhecidos e estudados pelos educandos, uma forma de preparar crianças e jovens para lidar com os excessos da mídia. Por fim, o protocolo mediático tira a mídia do foco e propõe uma reflexão sobre o processo comunicativo e preocupa-se com o fortalecimento da capacidade de expressão de crianças e jovens.

> Para que a meta seja alcançada, todas as formas de comunicação são objeto de análise, desde a interpessoal, a familiar, passando pela escolar, até chegar à midiática massiva. Na escola, o que se propõe é a revisão das disfunções comunicativas oriundas das relações de poder, buscando-se formas democráticas e participativas da gestão escolar, com o envolvimento das novas gerações. O que distingue este protocolo é sua intencionalidade: valoriza a mídia e inclui sua análise e uso como procedimento metodológico, mas vai além dela em seus propósitos e metas. Opera por projetos, valorizando todas as formas de expressão, especialmente a artística, tendo como objetivo a ampliação do potencial comunicativo da comunidade educativa e de cada um de seus membros. No caso, professores e alunos são igualmente aprendizes e igualmente educomunicadores. (SOARES, 2014, p. 18).

Siqueira e Cerigatto (2012, p. 239) mostram que mídia-educação, leitura crítica dos meios, educomunicação, educação para a mídia e *media literacy* são alguns dos termos usados para "caracterizar uma área interdisciplinar do conhecimento que se preocupa em desenvolver formas de ensinar e aprender aspectos relevantes da inserção dos meios de comunicação na

sociedade". Agindo desse modo, *media literacy* promove o diálogo da escola com as corporações de mídia e permite ao educando conhecer mecanismos de formatação do conteúdo. Não se trata de simplesmente menosprezar a indústria cultural, mas sim de mostrar que nela existem coisas boas e ruins. As autoras reforçam os argumentos que justificam e renovam a necessidade de incluir educação para a mídia no currículo escolar:

> [...] 1. os meios de comunicação, em alguma de suas formas, ocupam posição central na vida pública de pessoas de todas as idades, em termos de trabalho, participação política, educação e entretenimento; 2. o teor das mensagens nunca é transparente, isto é, como em outras esferas discursivas, o conteúdo veiculado pelas mídias transmite valores e pontos de vista sectários, querendo parecer universais; 3. a participação social requer também pessoa hábeis para lidar com as mídias, que saibam, ao mesmo tempo, defender-se de efeitos nocivos e tirar proveito daquilo que lhes convém, como consumidoras e como cidadãs. (SIQUEIRA; CERIGATTO, 2012, p. 236)

A Ofcom (2018), órgão regulador da mídia do Reino Unido, define *media literacy* como "uma habilidade para acessar, entender e criar comunicação em uma variedade de contextos". Buckingham (2007) aprofunda essa definição:

> "Acessar" inclui as habilidades e competências necessárias para localizar conteúdos de mídia, usando tecnologias e softwares disponíveis. [...] "Entender" inclui a habilidade de decodificar e ou interpretar mídia, por exemplo, através da consciência de convenções formais e genéricas, recursos de design e dispositivos retóricos. Envolve também o conhecimento sobre o processo de produção e os padrões de controle institucional, e a habilidade crítica da mídia, por exemplo, em termos de veracidade e confiabilidade de suas representações do mundo real. Finalmente, "criar" envolve a habilidade de usar a mídia para produzir e comunicar suas próprias mensagens, em uma proposta de auto expressão para influenciar ou interagir com outras pessoas. (BUCKINGHAM, 2007, p. 44).

Ciente da variedade de termos, a UNESCO produziu, em parceria com um grupo de especialistas internacionais, um currículo de Alfabetização Midiática e Informacional para Formação de Professores, com intuito de reforçar que estas competências são fundamentais para equipar as pessoas com habilidades de raciocínio crítico, e, consequentemente, aumentar a demanda por serviços de alta qualidade dos veículos de mídia e de outros provedores de informação. O trabalho nasceu com dois principais objetivos: partir das atuais tendências de convergência entre o rádio, a televisão, a internet, os jornais, os livros, os arquivos digitais e as bibliotecas e consolidar um único termo de forma holística; e capacitar os professores com vistas tendo em mente a integração no sistema formal de educação para alcançar e capacitar milhões de jovens (WILSON *et al*, 2013).

A Matriz Curricular e de Competências em AMI da UNESCO combina duas áreas distintas: a alfabetização midiática e informacional. Ela vai além daquilo que as terminologias significam individualmente, tal como mostra a Figura 2, alcançando uma noção unificada que incorpora elementos tanto da alfabetização midiática quanto da alfabetização informacional.

Diversas definições ou conceitos de educação em alfabetização midiática e alfabetização informacional apontam para competências que enfatizam o desenvolvimento de habilidades a partir de investigações e a capacidade de engajamento significativo junto às mídias e aos canais de informação independentemente das tecnologias usadas.

Figura 2 - A ecologia da AMI: noções de AMI

Fonte: WILSON *et al*, 2013, p. 19

Essa demanda de ensino é urgente. Em 2018, o PISA (*Programme for International Student Assessment)* passou a avaliar se os países estão sendo bem-sucedidos em ensinar aos jovens a compreenderem o mundo globalizado em que vivem. A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OECD), responsável pela aplicação do teste internacional, destaca, no documento que orienta as novas "competências globais", a necessidade de usar plataformas de mídia de forma eficaz e responsável.

> [...] o acesso a uma quantidade ilimitada de informações é muitas vezes associado à falta de alfabetização midiática, o que significa que os jovens são facilmente enganados por notícias partidárias, tendenciosas ou falsas. Nesse contexto, cultivar a competência global dos alunos pode ajudá-los a capitalizar os espaços digitais, entender melhor o mundo em que vivem e expressar com responsabilidade sua voz on-line. (THE OECD, 2018, p. 5).

É o que também aponta Tapscott (2010), ao observar que a passagem de uma mídia difusora unidirecional para uma mídia interativa surtiu um efeito profundo nos jovens.

> [...] A capacidade de aprender novas coisas é mais importante do que nunca em um mundo no qual você precisa processar novas informações em grande velocidade. Os estudantes precisam ser capazes de pensar de forma criativa, crítica e colaborativa para dominar os "aspectos básicos" [...] Os estudantes precisam expandir sua base de conhecimento para além das portas de sua comunidade se quiserem se tornar cidadãos

> globais responsáveis e cooperativos em uma economia global cada vez mais complexa (TAPSCOTT, 2010, p. 33).

Realizado pela *Common Sense Media*, o relatório *News and America's Kids* examina como as crianças recebem e percebem as notícias, baseada em uma pesquisa com 853 crianças entre 10 e 18 anos de idade, residentes nos Estados Unidos (ROBB, 2017). Entre as principais conclusões, o estudo destaca seis pontos: 1) as crianças valorizam e acessam as notícias, e no geral se sentem mais inteligentes quando estão informados; 2) no entanto, elas não sentem que a mídia cobre o que é importante para elas, e muito menos que as notícias representam quem elas realmente são; 3) as crianças veem preconceito racial e de gênero nas notícias. Metade dizem que quando veem crianças não brancas nas notícias, estão relacionadas a algo negativo e / ou crime e violência; 4) as notícias deixam as crianças assustadas e faz com que se sintam deprimidas; 5) elas também costumam ser enganadas por *fake news*, o que pode influenciar o perfil mais cético em relação aos meios de comunicação; e 6) as crianças confiam em suas famílias e professores mais do que qualquer fonte, mas preferem acessar as notícias nas mídias sociais.

O relatório defende que a sociedade precisa incluir as crianças no processo de construção de notícias, para que elas criem consciência crítica do que acontece no mundo. Frequentemente, como mostra o estudo, a família e os professores filtram as notícias e trazem seus próprios conhecimentos, interpretações e vieses à informação que repassam. O surto de desinformação aumenta a necessidade de disseminar iniciativas de *media literacy*, especificamente em *news literacy,* que ajudam as crianças a encontrar, identificar, avaliar e usar as informações de forma eficaz. Em um ambiente descentralizado, com tantas maneiras de obter e compartilhar notícias, o que parece legítimo nas mídias sociais pode ou não refletir o mundo real, portanto, várias partes interessadas, incluindo pais, educadores, formuladores de políticas, pesquisadores e organizações de notícias, devem compartilhar a responsabilidade de ajudar as crianças a desenvolver essas competências para prosperarem como cidadãos do século XXI.

2.2.2 Iniciativas e impactos

Bulger e Davidson (2018) analisaram diversas iniciativas de *media literacy* e seus impactos, considerando a importância do tema diante da avalanche da desordem informacional. O quadro abaixo resume algumas dessas ações, suas atividades e objetivos.

Quadro 5 - Iniciativas de media literacy e seus impactos

Iniciativa/Instituição	Atividade e Objetivos
Media Literacy @ Your Library/ The American Library Association e Stony Brook University	Treina funcionários de bibliotecas para melhorar o atendimento aos clientes adultos para serem consumidores de notícias mais exigentes.
Journalism Project/Facebook	Visa, entre outras coisas, melhorar a *media literacy* dos usuários.
The Parenting for a Digital Future initiative / London School of Economics and Political Science	Realiza pesquisas sobre questões como monitoramento dos pais sobre o uso de mídia pelos jovens, privacidade, equidade, principais preocupações dos pais e uso da mídia nas escolas.
KQED, Common Sense Education, WGBH, Media Power Youth, ConnectSafely, The Center for Media Literacy and Net Family News	Fornece materiais didáticos para pais e educadores sobre tópicos como *news literacy, media literacy, information literacy* e cidadania digital.
UNESCO	Desde a década de 1970, a UNESCO financia pesquisas globais sobre *media literacy*, publicando relatórios de pesquisa, currículos e orientações políticas.
Office of Communications (Ofcom)	Realiza pesquisas sobre *media literacy* com adultos e crianças, em resposta à Lei de Comunicação do Reino Unido, de 2003
MediaSmarts	Produz recomendações de pesquisa e políticas para uso seguro de mídia.
Australian Communication and Media Authority (ACMA)	Institui um programa de pesquisa sobre *media literacy* no mundo digital.
Media Literacy Now	Advoga por leis estaduais nos Estados Unidos.
Media Education Lab, da University of Rhode Island; The Stanford History of Education Civic Online Reading Project, da Stanford University; e Department of Media and Communications, da London School of Economics and Political Science; Project Look Sharpa, Ithaca College	Trabalham na construção de agendas de pesquisa em *media literacy*.
Newseum	Acolhe exposições e eventos e fornece apoio curricular para questões emergentes de *media literacy.*
Learning Network/ The New York Times Newspapers in Education/ The Washington Post	Fornecem recursos curriculares em torno da credibilidade da informação, uso de evidências e produção de notícias. O New York Times também organiza concursos e oferece cursos conduzidos por editores e repórteres.
Media Breaker Platform/The Lamp	Permite a interação entre alunos sobre comerciais e cobertura de notícias.

Fonte: BULGER; DAVIDSON, 2018, p. 9-11

Após a análise, os pesquisadores reuniram cinco recomendações para o futuro da *media literacy*, conforme quadro abaixo:

Quadro 6 - Cinco recomendações para o futuro do *media literacy*

• Desenvolver uma compreensão coerente do ambiente de mídia.	Com novas tecnologias e novas técnicas retóricas, os programas existentes devem ser atualizados.
• Melhorar a colaboração interdisciplinar.	*Media Literacy* é frequentemente vista como um campo estreito e pedagógico. Mas o trabalho de outras disciplinas - psicologia social, ciência política, sociologia - está

	produzindo novas pesquisas e descobertas que podem beneficiar a *media literacy*.
• Aproveitar a atual crise da mídia para consolidar as partes interessadas.	A nova atenção em "notícias falsas" poderia permitir uma nova colaboração interdisciplinar e, portanto, maior coerência dentro do campo.
• Priorizar a criação de uma base nacional de evidências de *media literacy*.	Uma base centralizada e estável de dados de avaliação possibilitaria uma avaliação mais precisa. Embora existam muitos desafios políticos em potencial para tal base de evidências.
• Desenvolver currículos para abordar a ação além da interpretação.	Com o aumento do uso das mídias sociais, os esforços de alfabetização precisam ser capazes de abordar o comportamento do usuário além da interpretação.

Fonte: BULGER; DAVIDSON, 2018, p. 4

Finalizam com algumas questões em aberto: como os grupos comprometidos com a desinformação e a propaganda são capazes de aproveitar a linguagem de *media literacy* e da análise crítica para semear a nova desconfiança da mídia e estabelecer espaços políticos adversários (BULGER: DAVIDSON, 2018).

Kahne e Bowyer (2017) estudaram como 2.101 jovens entre 15 e 27 anos avaliam posts políticos partidários. Descobriram que aqueles com níveis mais altos de treinamento em *media literacy* eram mais propensos a classificar as postagens baseadas em evidências como precisas do que as que continham desinformação. Tais estudos representam uma direção promissora para a pesquisa sobre *media literacy* e fornecem uma base de evidências para embasar políticas públicas sobre o tema. Enquanto as iniciativas ainda estão concentradas principalmente na Europa e na América do Norte, a crise da informação atinge todos os países.

No Brasil, é possível destacar iniciativas como a Educom.rádio, da Secretaria de Educação do Município de São Paulo, projeto voltado a combater a violência nas escolas e incentivar uma prática de convivência cidadã, mediante o planejamento e uso colaborativo dos recursos da informação, como o rádio, o vídeo e a linguagem digital, em um trabalho articulando entre professores, estudantes e membros da comunidade educativa. Caprino e Martinez-Cerdá (2015) catalogaram 129 ONGs e instituições civis que realizam 302 projetos de *media literacy* no Brasil, categorizados conforme abaixo:

> - Dimensões: acesso / uso, compreensão crítica, e produção de conteúdo.
> - Atores: receptores, profissionais, associados e patrocinadores.
> - Mídia de comunicação: impressão (jornais, revistas, boletins informativos e outros); audiovisual (cinema, vídeo, TV, rádio / áudio, fotografia e outros); TIC (Internet, web design, aplicativos e outros); digital mídia (sites, blogs, redes sociais, mídias móveis, e outros); monitoramento e acompanhamento da comunicação mídia (monitoramento

> de temas relacionados às ONGs, produção de diretrizes e notícias alternativas, treinamento de jornalistas e outros).
> - Tecnologias digitais: nível de importância do TIC e ênfase na inclusão digital.
> - Comunicação Comunitária: como permanente veículo e atores envolvidos.
> - Empoderamento: explicitamente conectado à mídia-educação, defesa dos direitos e papel dos cidadãos (CAPRINO, MARTINEZ-CERDÁ, 2016, p. 41).

Vale ressaltar que 70 projetos estão ligados a conteúdos críticos de compreensão e produção, dentre os quais 22 também se concentram no acesso e uso dos meios de comunicação. Os pesquisadores enfatizam que a simples produção de conteúdo nem sempre resulta em empoderamento para os cidadãos, pois é possível que uma atividade simplesmente reproduza algo que já existe na mídia. Para desenvolvimento das habilidades comunicacionais, é essencial que elas estejam conectadas à compreensão crítica.

2.2.3 *News literacy*: um braço importante da *media literacy*

Mihailidis e Viotty (2017) explicam que o conceito de *media literac*y é associado ao aumento da capacidade de desconstruir e analisar textos midiáticos, criar e produzir mensagens, e envolver-se e participar de forma significativa no diálogo cívico. Mais recentemente, o conceito foi estendido a domínios específicos como notícias, dados e tecnologia. A proliferação das literacias é "um resultado direto da centralidade da mídia na vida cotidiana", e de acordo com os autores, "se houve algum tempo para o *media literacy* emergir como necessários e vitais para o futuro da democracia nos Estados Unidos [e de todo o mundo], é agora" (MIHAILIDIS; VIOTTY, 2017, p. 449).

Newman *et al* (2018) revelam no *Digital News Report* que as discussões sobre o impacto da desordem informacional reinflamaram o interesse em *news literacy.* Diferentes atores – de educadores a empresas de tecnologia – acreditam que o foco dado a *news literacy* possa incentivar as pessoas a separar fatos de ficção, deixando-as melhor equipadas para navegar com segurança nos ambientes de mídia, e, consequentemente, limitando potencialmente a disseminação de informações falsas. Há também uma discussão sobre o cuidado em pensar em *news literacy* como técnica que irá eliminar *fake news*. Afinal, quão útil são estas habilidades em um mundo em que as pessoas confiam cada vez menos em diversas instituições, inclusive as organizações de mídia?

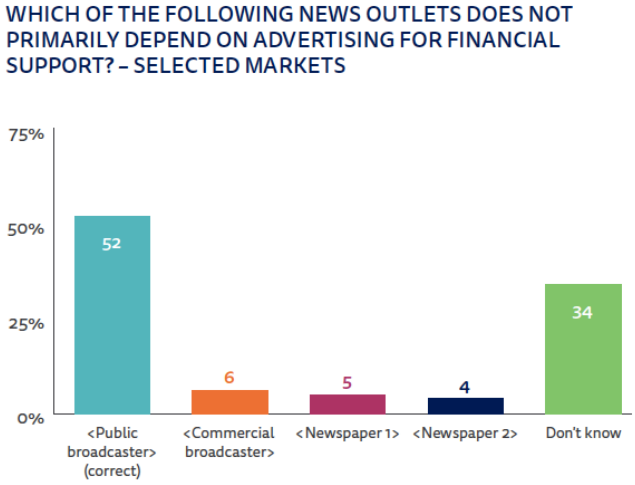
Maksl *et al* (2016, p. 229) revelam que, para chegar até e definição de *news literacy*, é preciso visitar "outros bairros da alfabetização". Com base na conceituação de outros autores, os pesquisadores revelam que, embora *news literacy* esteja "na interseção" da *media literacy*, sua "conexão com o engajamento cívico e seu foco em um tipo particular de mensagem -

notícias - é como seus proponentes a distinguem dos vizinhos". Por isso, a melhor opção é definir *news literacy* de acordo com o impacto que se pretende atingir nos cidadãos, e deve incluir cinco pontos principais:

> 1) uma compreensão do papel que as notícias desempenham na sociedade; 2) motivação para buscar notícias; 3) a capacidade de encontrar / identificar /reconhecer notícias; 4) a capacidade de avaliar criticamente notícias; 5) a capacidade de criar notícias. (MALIK et al., 2013, p. 8-9).

Newman *et al* (2018) classificam *news literacy* como o "conhecimento sobre como as notícias são feitas: quem produz, como é selecionada e financiada". Para avaliar o seu impacto, os pesquisadores perguntaram ao público, no *Digital News Report 2018*, da Reuters, algumas questões fundamentais para medir o nível de conhecimento de *news literacy*. Foram escolhidas três perguntas. A primeira questionava quais das organizações de notícias apontadas (de acordo com cada um dos 18 países pesquisados) não dependia principalmente da publicidade para financiar a produção. Em média, 52% apontaram as organizações públicas (como a BBC), como instituições com certa independência da publicidade para funcionar. Mas 34% não souberam responder.

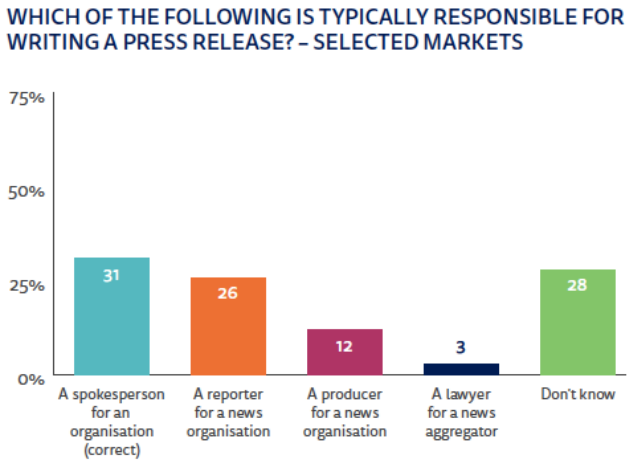
Gráfico 1 - Digital News Report (The Impact of Greater News) – Suporte financeiro das agências



Fonte: NEWMAN *et al*, 2018, p. 34

A segunda pergunta questionava quem é responsável por escrever um *press release*. Apenas 31% foram capazes de identificar a resposta correta: um porta-voz de uma organização.

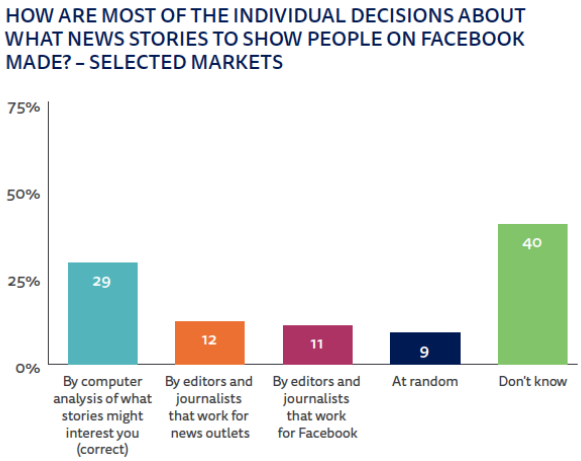
Gráfico 2 - Digital News Report (The Impact of Greater News) – Responsável pela Assessoria de Imprensa



Fonte: NEWMAN *et al*, 2018, p. 35

A última pergunta questionava como as notícias são selecionadas no Facebook, e apenas 29% dos respondentes apontaram que os algoritmos são os responsáveis por mostrar aos usuários as notícias que eles consomem na rede social.

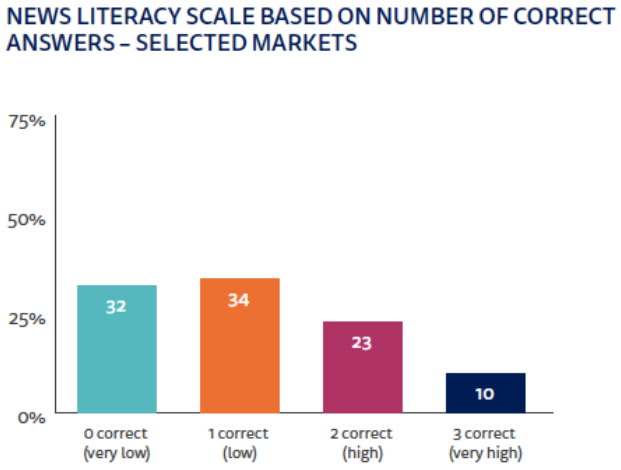
Gráfico 3 - Digital News Report (The Impact of Greater News) – Decisões sobre as notícias veiculadas no Facebook



Fonte: NEWMAN *et al*, 2018, p. 35

Ao final, os pesquisadores consolidaram as respostas corretas para construir uma escala de *news literacy*, que mostra que apenas 10% do público atingiu um nível muito alto de conhecimento sobre o processo de produção, seleção e financiamento das notícias.

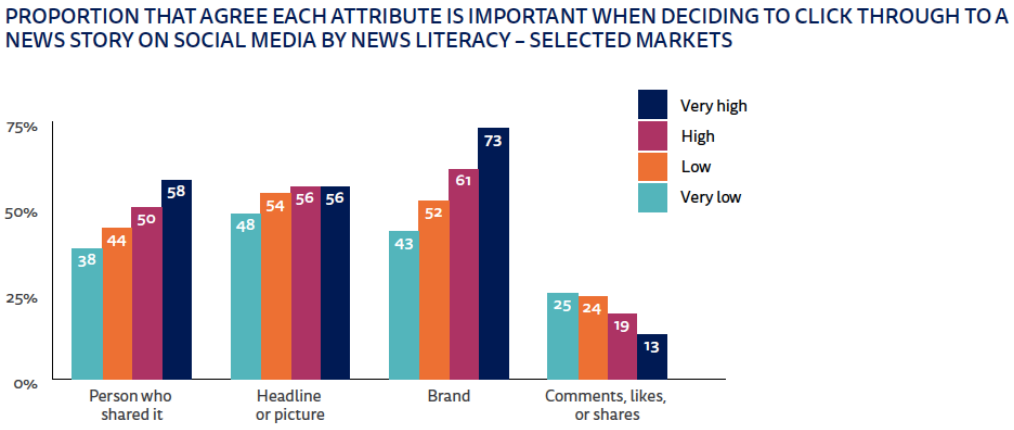
Gráfico 4 - Digital News Report (The Impact of Greater News) - Escala de alfabetização de notícias com base no número de respostas corretas



Fonte: NEWMAN *et al*, 2018, p. 35

O relatório aponta ainda que, quem possui um alto nível de *news literacy* consome mais notícias em jornais impressos e suas versões digitais, e opta por uma dieta variada na hora de escolher suas fontes de notícias. O público com menor índice de *news literacy* prefere a televisão como principal fonte de consumo de notícias. Outro dado interessante do estudo aponta quais os atributos da notícia em uma rede social são importantes para o clique. Quem tem o nível de *news literacy* mais alto, considera mais importante a credibilidade da organização por trás da publicação (73%). Para quem tem um índice menor de *news literacy*, a manchete e fotos são atributos mais relevantes para a escolha (48%).

Gráfico 5 - Digital News Report (The Impact of Greater News) – Proporção que cada atributo tem quando a pessoa decide clicar em uma notícia de mídia social



Fonte: NEWMAN *et al*, 2018, p. 34

Investir em iniciativas de *news literacy* pode aumentar a confiança das pessoas nas notícias? Não é o que aponta o estudo da Reuters, ao mostrar que, quanto mais conhecimento

sobre o processo de produção das notícias, suas limitações e imperfeiçoes, mais alto será o grau de ceticismo sobre as notícias.

Tornar-se bem informado exige mais do que se expor habitualmente às notícias, como explica a visão crítica de Potter:

> As notícias não costumam ser bem balanceadas, analisando detalhadamente questões importantes: em vez disso, elas são mensagens tipicamente comercializadas destinadas a atrair a atenção do público com tratamentos fáceis de tópicos chamativos. Para estar bem informado, você precisa prestar atenção às mensagens e realmente pensar sobre elas. Assim, você precisa sair do estado de processamento automático e dedicar alguma atenção consciente ao conteúdo de certas mensagens. (POTTER, 2014, p. 190).

Com o impacto da desordem informacional, levanta-se a questão de como a sociedade pode investir no aprendizado dos estudantes no que tange a leitura e interpretação de notícias, em um processo completo que passe por ensiná-las a descobrir como as notícias são produzidas, de onde as histórias vêm, como identificar fontes confiáveis, como as plataformas de mídias sociais disseminam conteúdos de notícias e como aplicar esse conhecimento em uma postura crítica em relação ao que se lê e se compartilha.

Wang (2017) realiza um levantamento sobre iniciativas de *news literacy* pelo mundo, que têm interesse em colocar em prática esse tipo de trabalho. Uma das ações parte do American Press Institute, que em parceria com a *World Association of Newspapers and News Publishers* - WAN-IFRA, está consolidando relatórios sobre iniciativas de *news literacy*, com um banco de dados com 130 projetos focados na melhoria da alfabetização de crianças e adolescentes, em mais de 40 países ao redor do mundo (MCMANE, 2017).

McMane (2017) defende que o aprendizado sobre como navegar com segurança no universo on-line deve ser o foco principal de qualquer programa de *news literacy*, e "o resultado pode ser apenas uma boa notícia para as pessoas interessadas em garantir que haverá uma audiência contínua para o jornalismo produzido profissionalmente". A pesquisadora afirma que muitos editores estão ligando o comportamento digital existente pelos jovens ao seu próprio jornalismo e se tornaram líderes na introdução de até mesmo estudantes primários no uso inteligente da tecnologia, na melhor das hipóteses, ajudando-os a julgar todo o conteúdo digital.

> [...] a luta contra notícias falsas representa o botão de pânico no campo e apenas uma pequena parte de um esforço muito mais amplo e duradouro. Peneirar efetivamente todos os tipos de conteúdo é uma habilidade que precisa ser desenvolvida a partir do início da vida e pode começar com uma abordagem lúdica. Uma parte fundamental dessa primeira exposição envolve aprender as questões jornalísticas básicas de quem, o que, quando, onde, por que e como. Essas perguntas agnósticas de plataforma podem servir de base para a análise de conteúdo ao longo da vida (McMANE, 2017).

Além de iniciativas isoladas de grupos de mídia e ONGs, o relatório da WAN-IFRA mostra que este pode ser um esforço nacional. Na França, a Semana Nacional de Notícias e

Mídia de 2016 se concentrou na origem da informação, com as edições juvenis e quase todas as mídias amplamente envolvidas. Por exemplo, o *Journal des Enfants* (voltado para crianças menores de 12 anos), criou uma edição especial em torno de informações falsas, com o objetivo de ajudar a entender a origem, a vida e a morte dos rumores online. O finlandês Ilta Sanomat trabalhou com os principais jovens blogueiros de vídeo do país e estrelas do youtube para se divertir com as notícias. Eles convidaram essas celebridades para apresentar noticiários em transmissões especiais do YouTube por uma semana em um projeto com a marca "#Kupla" (bolha). Eles fizeram isso em parte para "criar conteúdo que interesse e envolva os jovens a fazer parte da história", segundo o diretor do projeto, Matti Markkola. A reação foi enorme. Em meio a uma audiência potencial de 600 mil jovens de 10 a 19 anos, mais de um milhão de interações ocorreram com a #Kupla durante a semana.

No Brasil, o relatório destaca quatro projetos. O primeiro é o concurso "Jovens Jornalistas: Um Buraco na Imprensa", promovido pelo jornal A Tarde, um projeto para estudantes produzirem reportagens sob a orientação de seus professores sobre tópicos como o município e a influência das mídias sociais. Uma competição baseada nos votos do Facebook determina quais histórias serão publicadas, e professores e alunos ganham prêmios. Outra iniciativa é da Associação Nacional dos Jornais (ANJ), que aceitou o desafio da WAN-IFRA para realizar um concurso regional no qual os alunos criaram uma edição especial de seus jornais escolares para explicar a liberdade de imprensa a seus colegas de maneira acessível, usando desenhos animados, gráficos e fotografias que a WAN-IFRA disponibilizou para todos os jornais no dia 3 de Maio, Dia da Liberdade de Imprensa. O vencedor foi o programa de notícias do jornal da Manhã, Vamos Ler. O Correio Lageano incentivou os estudantes em uma Maratona do Conhecimento, em que os alunos aprendem a escrever artigos em conjunto com jornalistas sobre temas mensais selecionados, como moda, turismo, cultura, meio ambiente, etc para serem publicados em jornal local impresso, web, blogs e Facebook. A Gazeta do Povo criou cursos MOOC para professores, abertos durante o ano letivo, que têm 160 horas de duração cada e são certificados por instituições de ensino.

Outros passos importantes nesse sentido podem ser destacados em nosso país. O jornal O Joca, idealizado pela jornalista Stéphanie Habrich, é uma publicação *on-line* e impressa para jovens e crianças e traz notícias e matérias sobre o Brasil, o mundo e o universo infanto-juvenil com uma linguagem simples e de fácil compreensão. Fundado em 2011, o jornal veio para suprir uma necessidade, já que não existia no Brasil um jornal voltado para o público infanto-juvenil. A equipe é formada por jornalistas, pedagogos, designers e gestores, e possui aproximadamente 10 assinantes no Brasil, e material obrigatório em mais de 150 escolas em

diversos estados. Os leitores também são incentivados a participar do processo de produção de notícias, sugerindo pautas, contribuindo com textos e comentários. O trabalho com o Joca, na sala de aula ou em casa, aumenta o repertório na fala dos jovens e das crianças, o sentimento de pertencimento à sociedade como cidadão e o próprio desempenho escolar. As crianças leitoras do jornal compartilham o que leram com pais, amigos e familiares, debatem temas de ciência e tecnologia e mencionam bem menos reportagens sobre crime, violência e celebridades do que os que não leem (MIGUERES, 2017; HABRICH, 2018).

A agência Lupa lançou um programa em parceria com o Canal Futura e com o Google para capacitar estudantes de escolas públicas no uso das técnicas de checagem. Com palestras e oficinas realizadas pelos jornalistas da Lupa fora da redação e material didático preparado após oficinas e palestras em eventos e em instituições de ensino como a UFRJ, o IBMEC, a Facha, o IESB e a PUC-Rio, o programa consiste em apresentações sobre educação digital e técnicas básicas de checagem. Os alunos podem usar ferramentas gratuitas disponíveis em seus próprios celulares para realizar tarefas simples de verificação. O treinamento também é estendido aos professores. A iniciativa faz parte de um programa amplo, chamado *Fake* ou *News*?, lançado no início de 2018 com foco na educação digital, para auxiliar os jovens na checagem de informações e combate às notícias falsas, e com o objetivo de concentrar em um portal conteúdos de trilhas de conhecimento relacionados à importância de se checar uma informação (TARDÁGLIA, 2018; FUTURA, 2018).

Outro esforço para combater a desordem informacional é o curso on-line Vaza Falsiane. Definido como um curso ultrapop, os conteúdos possuem um tom mais divertido para atrair principalmente os mais jovens e professores de educação básica. Reúne 11 vídeos, 16 testes online, quatro galerias de imagens e materiais didáticos, que também podem ser baixados. O curso discute questões como: definição de notícias falsas; como a notícia falsa se relaciona à desinformação; liberdade de expressão; censura prévia; responsabilidades que a liberdade nos traz; o poder relativo dos meios de comunicação quando tentam influenciar a opinião pública; escalas na régua entre a "verdade" e a "mentira"; o que leva alguém a criar ou compartilhar informações sem fundamentação. O projeto é dos jornalistas e professores universitários Ivan Paganotti, Leonardo Sakamoto e Rodrigo Ratier. Durante dois anos, a equipe estudou as fa*ke news*, investigando as melhores formas de produzir conteúdo sobre o assunto para um público amplo. A iniciativa foi incubada pela ONG Repórter Brasil e financiada pelo Facebook. Entre os resultados, Paganotti (2019) revela que até o início de 2019 eram mais de 15 mil usuários únicos no site, mais de 60 mil curtidas no Facebok e quase 2 milhões de pessoas impactadas com o conteúdo. Os professores visitaram cerca de 30 universidades, escolas, associações de

trabalhadores em palestras para abordar o conteúdo do curso. Em 2019, o foco é disseminar o curso para universitários, como atividade complementar; professores e o público da terceira idade, que é uma das principais vítimas da onda de desinformação.

Vale também destacar a parceria entre o Instituto Palavra Aberta e a Nova Escola, que disponibiliza no portal da publicação uma série de reportagens e conteúdos didáticos para auxiliar o professor a inserir a alfabetização midiática em sala de aula. De acordo com Beguoci (2018), diretor editorial da Nova Escola, em entrevista para esta pesquisa, "os professores precisam estar preparados e empoderados para discutir essa temática [...], eles também são difusores de informações", o que justifica o investimento na iniciativa. Beguoci acredita ainda que a nova Base Nacional Curricular Comum, com as suas competências bem definidas, orienta a forma como esses conteúdos possam ser trabalhados em sala de aula. "Com o pensamento criativo e crítico em várias disciplinas ao longo do ciclo escolar, eu começo a formar alunos que não vão acreditar em tudo que escutam".

3 REFERENCIAL METODOLÓGICO

3.1 *CORPUS*

A constituição do corpus, ou seja, a definição do conjunto de documentos que serão submetidos à análise, procurou seguir as recomendações de Bardin e Barros e Targino (*apud* FONSECA JUNIOR, 2017), quanto às regras de exaustividade, representatividade, homogeneidade e pertinência.

O cerne deste estudo é a aplicabilidade do currículo de *news literacy*. Como parâmetros de seleção, optou-se por utilizar as habilidades levantadas por Potter (2014) para o aprendizado de *news literacy,* nas esferas cognitiva, emocional, estética e moral. O autor é referência mundial no estudo de *Media Literacy*, e seus livros oferecem uma visão crítica sobre o papel do campo como um complemento de conhecimento e habilidades intelectuais.

Quadro 7 - Habilidades de News Literacy

	Habilidades	**Conhecimento**
Cognitivo	Analisar uma notícia para identificar pontos-chave da informação.	Conhecimento de vários tópicos de várias fontes (mídia e mundo real).
	Comparar e contrastar pontos-chave de informação na notícia com fatos em sua estrutura de conhecimento.	
	Avaliar a veracidade das informações nas notícias.	
	Avaliar se a história apresenta uma apresentação equilibrada da edição de notícias.	
Emocional	Analisar os sentimentos das pessoas na notícia.	Lembrar-se de experiências pessoais e como seria se sentir na mesma situação da história.
	Se colocar na posição de diferentes pessoas na história.	
	Estender a empatia a outras pessoas citadas na notícia.	
Estético	Analisar os elementos artesanais e artísticos da história.	Conhecimento de escrita, gráficos, fotografia e outros
	Comparar e contrastar a arte usada para contar essa história com aquela usada para contar outras histórias.	Conhecimento de histórias boas e ruins e os elementos que contribuem para estas qualificações.
Moral	Analisar os elementos morais de uma história.	Conhecimento crítico das notícias e saber o significado de vieses, objetividade, equilíbrio e equidade.
	Avaliar as responsabilidades éticas dos jornalistas na história.	Conhecer o código ético moral dos jornalistas.

Fonte: POTTER, 2014, p. 191

Para respeitar a regra de exaustividade, que aconselha que sejam pesquisados todos os documentos relativos ao assunto, foi realizada uma pesquisa na internet para levantar os cursos de *news literacy* disponíveis em inglês e em português, durante o período de junho a dezembro de 2017. Além das habilidades defendidas por Potter (2014), foram definidos cinco critérios

para esta seleção: 1) conteúdo inteiramente gratuito, 2) material organizado de forma que um professor possa aplicá-lo em sala de aula para alunos de educação básica, 3) material produzido por instituição de credibilidade e com ligação com universidade, 4) oferta de material multimídia e exercícios práticos para aplicação da teoria e 5) estudos que considerem o impacto do curso no aprendizado dos alunos. Considerando uma busca pelo termo "*news literacy course*" e *"cursos de news literacy",* foram encontrados os cursos abaixo, que seguem boa parte dos critérios citados anteriormente*:

Quadro 8 – Cursos de *News Literacy*

Nome do Curso	**Instituição**
Making Sense of The News	Coursera
Center for News Literacy	Stony Brook
News Literacy Curriculum for Educators	American Press Institute
Fake News - News Literacy	University of Texas
News and Media Literacy	Common Sense Education

Fonte: Elaborado pela autora.

A regra de representatividade sugere que a amostra seja uma parte representativa do universo inicial. Como o objetivo do estudo é aprofundar o conteúdo em uma análise qualitativa, a opção foi selecionar um dos cursos acima. Após uma análise preliminar dos conteúdos, respeitando aos critérios de Potter (2014), foi escolhido para o estudo o *Center for News Literacy*, da Stony Brook University, que é um dos pioneiros no ensino de *News Literacy* no mundo, e, além de atualizar constantemente os materiais, é o único que cumpre o critério de pesquisas para avaliar o impacto do curso no aprendizado dos alunos.

Em relação à regra de homogeneidade, foi selecionado um dos cursos oferecidos pelo *Center for News Literacy*, o *The Course Pack*. Com conteúdo multimídia, a recomendação é que os critérios para análise de vídeos, textos e atividades práticas também tenham critérios diferenciados para respeitar a homogeneidade.

A regra de pertinência também foi considerada, pois o curso selecionado segue os critérios estabelecidos e está em sintonia com os objetivos iniciais da pesquisa.

3.2 ABORDAGEM E MÉTODO

A natureza deste estudo exige uma metodologia integrada. A opção pela triangulação metodológica, definida como a "combinação de perspectivas e de métodos de pesquisa adequados, que sejam apropriados para levar em conta o máximo possível de aspectos distintos de um mesmo problema" (FLICK, 2009), se justifica por dois fatores principais: confirmação

e complementariedade. A perspectiva confirmatória considera que os resultados da pesquisa serão mais consistentes quanto mais convergentes forem os resultados observados pelos diferentes dados e/ou técnicas utilizados. Enquanto a perspectiva de complementariedade busca ponderar as vantagens e limitações de cada técnica específica ou dado. A principal vantagem desse método "é maximizar a quantidade de informações incorporadas ao desenho de pesquisa, favorecendo o seu aprimoramento e elevando a qualidade das conclusões do trabalho" (PARANHOS *et al*, 2016, p. 390). Flick reforça que:

> As diferentes perspectivas metodológicas complementam-se para a análise de um tema, sendo este processo compreendido como a compensação complementar das definições e dos pontos obscuros de cada método isolado. A base desta concepção é o insight lentamente estabelecido de que métodos qualitativos e quantitativos devem ser vistos como campos complementares e não rivais (FLICK, 2009, p. 43).

Do ponto de vista da abordagem, a inclinação da pesquisa é qualitativa, pois para atingir o objetivo proposto é preciso trabalhar em um "universo mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis" (MINAYO, 2001, p. 21,22). No exercício da pesquisa, o enfoque qualitativo permite:

> [...] que a imaginação e a criatividade levem os investigadores a propor trabalhos que explorem novos enfoques, sugere que a pesquisa qualitativa oferece ao pesquisador um vasto campo de possibilidades investigativas que descrevem momentos e significados rotineiros e problemáticos na vida dos indivíduos. Os pesquisadores dessa área utilizam uma ampla variedade de práticas interpretativas interligadas, na esperança de sempre conseguirem compreender melhor o assunto que está ao seu alcance (TUZZO, BRAGA, 2016, p. 142).

Para tanto, os passos metodológicos foram divididos em três etapas: pesquisa bibliográfica, estudo de caso instrumental e entrevistas em profundidade.

3.3 PESQUISA BIBLIOGRÁFICA

Esta etapa é o planejamento global inicial do trabalho, que, de acordo com Stumpf (2017, p. 51), vai desde a "identificação, localização e obtenção da bibliografia pertinente ao assunto, até a apresentação de um texto sistematizado, [...] de forma a evidenciar o entendimento do pensamento dos autores, acrescido de ideias e opiniões".

É organizada seguindo os quatro eixos sugeridos por Flick (2009, p. 62): 1) Exploração da literatura teórica sobre desordem informacional e os impactos no jornalismo e na sociedade; currículo de *news literacy*: conceitos, aplicabilidade e conexões com o método jornalístico; 2) Literatura sobre a metodologia da pesquisa; 3) Leitura de pesquisas empíricas realizadas anteriormente sobre os temas; e 4) Comparação e generalização das descobertas.

Estes passos ajudam a descrever os fatos e fenômenos da realidade estudada, que envolve a compreensão do complexo cenário de desordem informacional e a importância do ensino de *news literacy* na formação crítica dos estudantes como consumidores de notícias.

3.4 ESTUDO DE CASO EXPERIMENTAL

A segunda etapa se debruça pelo rigor e necessidade de descobrir. Após a compreensão do cenário e o entendimento do que é e para que serve o programa de *news literacy*, é fundamental estudar profundamente os conteúdos oferecidos pelo *Center for News Literacy*, especificamente no *The Course Pack*. A metodologia aplicada será o estudo de caso instrumental, que segundo Stake (1995, p.137) se aplica quando:

> [...] um caso particular é examinado principalmente para fornecer *insight* em uma questão ou para redesenhar uma generalização. O caso é de interesse secundário, desempenha um papel de apoio e facilita nossa compreensão de outra coisa. O caso ainda é analisado em profundidade, seus contextos examinados, suas atividades ordinárias detalhadas, mas tudo porque isso ajuda o pesquisador a buscar o interesse externo. O caso pode ser visto como típico de outros casos ou não. (Em uma seção posterior, discutirei quando a tipicidade é importante). Aqui, a escolha do caso é feita para promover a compreensão desse outro interesse.

Yin (2001, p. 32 *apud* DUARTE, 2017) revela a natureza desafiadora do estudo de caso, "uma inquirição empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, quando a fronteira entre o fenômeno e o contexto não é claramente evidente e onde múltiplas fontes de evidência são utilizadas". É a melhor estratégia quando a pesquisa precisa responder às perguntas do tipo "como" e "por que" e também quando o foco está em "fenômenos contemporâneos inseridos em algum contexto na vida real". Em geral, os estudos de caso têm uma natureza qualitativa e exigem interpretação e contextualização em uma realidade. É ainda um método que se diferencia de outros pelo seu poder de "lidar com uma ampla variedade de evidências – documentos, artefatos, entrevistas e observações" (YIN, 2001, p. 27 *apud* DUARTE, 2017).

O estudo de caso instrumental é uma ferramenta que apoia o objetivo principal da pesquisa. O olhar aguçado sobre o projeto do *Center for News Literacy*, que começou com a percepção da faculdade sobre a necessidade de formar um aluno apto a identificar informações confiáveis para cumprir seu papel como administrador de uma democracia; alcançou outros patamares, atingindo a educação básica e rompendo fronteiras. O modo de fazer do centro é objeto desse estudo de caso, ao mergulhar no impacto do projeto na formação de milhares de estudantes e como esse modelo é replicado no mundo. Além disso, o curso *The Course Pack*, escolhido para ser destrinchado nesta pesquisa, apoia o processo investigativo sobre a

aplicabilidade de *news literacy* nas escolas de educação básica no Brasil, com intuito de entender se os conteúdos que ele oferece respondem às demandas do campo jornalístico-midiático da Base Nacional Curricular Comum (BNCC) e às habilidades de aprendizado citadas por Potter (2014). A faixa etária considerada para este estudo é dos 11 aos 14 anos, em um recorte para os anos finais do Ensino Fundamental.

A análise segue o rigor científico de um estudo de caso, como a definição do protocolo de análise, definido como:

> Documento onde são descritos os procedimentos e as regras gerais a serem seguidas no uso dos instrumentos. Orienta o pesquisador, reforça o tema analisado e antecipa possíveis problemas que podem ocorrer no desenvolvimento da pesquisa. [...] deve conter: 1) uma visão geral do projeto do estudo de caso – objetivos e patrocínios, leituras essenciais sobre o tópico pesquisado; 2) procedimentos de campo – credenciais, fontes de informação, advertências de procedimento; 3) questões especificas de estudo de caso – fontes potenciais de informação, planilha de registros de dados; 4) guia para o relatório de estudo de caso – resumo, documentos, dados bibliográficos. (YIN, 2001 *apud* DUARTE, 2017).

Stake (1995) sumariza as responsabilidades de um pesquisador ao escolher a metodologia de estudo de caso instrumental em seis pontos principais. Elas serão consideradas no andamento deste projeto, conforme abaixo:

a) Conceituar o objeto de estudo

The Course Pack, o curso completo de *News Literacy*, desenvolvido na Stony Brook University, organiza o material em oito conceitos espalhados em um curso de 14 semanas que leva os estudantes desde a primeira revolução da impressão de Johannes Gutenberg até a era digital do Facebook de Mark Zuckerberg. Cada lição é independente ou pode ser facilmente integrada ao programa de aula.

b) Selecionar quais serão as questões

Estudando os conteúdos do curso *The Course Pack*, a pesquisadora sugere se os módulos são capazes de potencializar as habilidades de *news literacy* sugeridas tanto por definição da BNCC quanto por Potter (2014). Além disso, a atenção se volta para a eficácia curso em abordar o impacto da desordem informacional e em munir o estudante com ferramentas para ser tornar um consumidor de notícias mais consciente e criterioso na seleção de fontes e compartilhamento de conteúdos.

c) Examinar padrões de dados para desenvolver os problemas

Para cada um dos treze módulos do curso, identificar objetivo; detalhamento, resumo do conteúdo e atividades práticas.

d) Triangular as principais observações e bases para a interpretação

Com as informações dos itens a, b e, o próximo passo é avaliar quais são outros pontos importantes que devem ser considerados para a inserção prática do currículo na educação básica no Brasil, além do conteúdo do curso. Entende-se que, para ultrapassar essa fronteira, é necessário ouvir especialistas em educação e jornalismo com experiência no assunto.

e) Selecionar alternativas para prosseguir e f) Desenvolvimento de afirmações ou generalizações sobre o caso

Em um tópico de Análise e Discussões, o olhar sobre o conteúdo do curso *The Course Pack* se une às percepções dos entrevistados, em um esforço reflexivo sobre a aplicabilidade do currículo de *news literacy* no Brasil.

3.5 ENTREVISTAS EM PROFUNDIDADE

A entrevista em profundidade explora um assunto a partir da "busca de informações, percepções e experiências de informantes para analisá-la e apresentá-la de forma estruturada" (DUARTE, 2017, p. 62) e com três objetivos: intensidade das respostas, não-quantificação ou representação estatística. É um recurso metodológico que visa colher respostas a partir da experiência subjetiva do entrevistado, que detém conhecimento que é de interesse do pesquisador.

> [...] os dados não são apenas colhidos, mas também resultado de interpretação e reconstrução pelo pesquisador, em diálogo inteligente e crítico com a realidade. Nesse percurso de descobertas, as perguntas permitem explorar um assunto ou aprofundá-lo, descrever processos e fluxos, compreender o passado, analisar, discutir e fazer prospectivas. Possibilitam ainda identificar problemas, microinterações, padrões e detalhes, obter juízos de valor e interpretações, caracterizar a riqueza de um tema e explicar fenômenos de abrangência limitada. (DEMO, 2001, p. 10 *apud* DUARTE, 2017, p. 62).

Seu objetivo não está relacionado a testar hipóteses ou dar tratamento estatístico, mas sim a fornecer elementos para a compreensão de uma situação ou estrutura de um problema. Para esta pesquisa, será considerada como modelo de entrevista de profundidade, conforme quadro abaixo:

Quadro 9 - Tipologia de entrevista

Pesquisa	Qualitativa
Questões	Semiestruturadas
Entrevista	Semiaberta
Modelo	Roteiro
Abordagem	Em profundidade
Respostas	Indeterminadas

Esta etapa é fundamental nesta pesquisa, para apontar habilidades e conhecimentos de *news literacy* para a formatação de um curso. As questões semiestruturadas proporcionam à entrevista mais liberdade na condução do processo, mas a intenção foi centralizar as perguntas nos seguintes tópicos:

- Pertinência do currículo de *news literacy* na formação de um consumidor crítico de notícias.
- Aplicabilidade do curso em sala de aula.
- Avaliação e relação com outras disciplinas.
- Formação do professor.
- Experiências com o tema de *media literacy* ou *news literacy*.

Foram seis entrevistas, com profissionais ligados à educação básica e ao jornalismo, que contribuíram para a reflexão acerca da aplicabilidade de um curso de *news literacy* na educação básica no Brasil. Abaixo os entrevistados (mais informações sobre currículo estão no Apêndice A desta dissertação):

- Prof. Dr. Ivan Paganotti
- Prof. Dr. Rodrigo Ratier
- Profa. Me. Silvia Helena Andrade
- Prof. Dr. José Luis Marques López Landeira
- Leandro Beguoci
- Prof. Dr. Richard Hornik

4 ESTUDO DE CASO

4.1 O PIONEIRISMO DO *CENTER FOR NEWS LITERACY*

Na concepção da política moderna, em que todo cidadão é o governante de sua própria nação, a notícia tem um papel central no cumprimento desta premissa, pois é o canal de relacionamento, conhecimento e cobrança do poder público, além de auxiliar na tomada de posicionamentos diante dos desafios econômicos e sociais mais urgentes do dia. Consequentemente, as organizações de mídia desempenham papel fundamental em informar a sociedade, ao mesmo tempo que cabem às pessoas estarem preparadas para receber as notícias de forma crítica e democrática (BOTTON, 2014 *apud* KLURFELD; SCHNEIDER, 2014).

Depois de liderar o jornal *Newsday* em vários prêmios Pulitzer, Howard Schneider foi trabalhar com a diretora da *Stony Brook University*, Shirley Kenny, para construir a Escola de Jornalismo da Universidade Estadual de Nova York. Com a faculdade, nasceu o primeiro curso de *News Literacy* dos Estados Unidos, com objetivo de ajudar os alunos a entender seus próprios preconceitos, bem como a importância de informações confiáveis para cumprir seus papéis como administradores de uma democracia.

Inicialmente, a estratégia de Stony Brook concentrou-se exclusivamente na introdução de *News Literacy* no nível universitário, com a esperança de que as escolas de jornalismo se reposicionariam em uma nova missão: ensinar habilidades analíticas, de notícias e de informação para todos os graduados. Até certo ponto isso funcionou. Em 2008, a Fundação Ford premiou a Stony Brook com US $ 200.000 para criar o *Center for News Literacy* e exportar seu currículo para outras universidades. Com o tempo, a atenção foi se voltando para a introdução de *News Literacy* aos estudantes de educação básica.

Desde 2007, o Centro ensinou *News Literacy* para mais de 10.000 alunos da Stony Brook em todas as disciplinas acadêmicas, e quase 7.000 alunos de 18 universidades nos Estados Unidos. Além disso, por meio do *Overseas Partnership Program*, o Centro levou o conteúdo para países como a Polônia, Rússia, Hong Kong, Vietnã e Mianmar. Um pouco sobre a história da construção do curso:

> Schneider tomou duas decisões iniciais. Em um esforço para incorporar o novo curso no currículo de ensino geral da universidade, ajudando a maximizar a matrícula, ele argumentou que o curso não era uma aula de jornalismo, mas **um curso de pensamento crítico e educação cívica**. O argumento ajudou a influenciar colegas acadêmicos céticos de que o curso deveria estar disponível para todos os alunos. Ele também foi auxiliado consideravelmente por uma doação de US $ 1,8 milhão da Fundação John S. e James L. Knight, que lhe permitiu contratar adjuntos e estudantes de pós-graduação para ajudar a atender a demanda de ensino. Em segundo lugar, ele

> rapidamente aprendeu que um elemento-chave de seu pensamento era defeituoso. Ele começou uma de suas primeiras aulas perguntando aos alunos reunidos: "Você acredita que está recebendo a verdade da mídia?" Uma mão se ergueu. "O que você quer dizer com verdade?". Schneider convidou um cientista e um filósofo para debater sobre o significado da verdade. **O debate convenceu-o de duas coisas: cientistas e jornalistas na verdade concordam mais do que poderiam imaginar sobre uma definição comum de verdade - uma definição que mais tarde seria incorporada à verdade**. É claro - mas usar a "verdade" como padrão para julgar notícias e informações levaria a muito mais neblina intelectual do que clareza. Em vez disso, ele estabeleceu o padrão de "confiabilidade". Em que ponto um consumidor de notícias pode concluir que uma reportagem é confiável? Ele definiu informações confiáveis como informações acionáveis que são suficientes para fazer um julgamento, chegar a uma conclusão ou tomar uma ação. (KLURFELD, SCHNEIDER, 2014, p. 7, grifo nosso).

Todos os cursos de *news literacy* construídos pela Stony Brook utilizam uma "Taxonomia dos Vizinhos da Informação", conforme quadro abaixo, que exemplifica as diferenças entre o jornalismo e outras formas de informação - como relações públicas, propaganda, entretenimento ou apenas texto e vídeo digitais não filtrados. O curso resume-se a um acrônimo indispensável: VIA - Verificação, Independência e *Accountability*. Os alunos aprendem que, se o item que estão examinando não tiver todas essas três características, não é jornalismo.

Além da Taxonomia dos Vizinhos da Informação, os professores do *Center for News Literacy* desenvolveram um acrônimo para ajudar os alunos no julgamento da confiabilidade das fontes, um dos grandes desafios no processo educativo. Definido como I'M-VAIN, considera: i) as fontes independentes são melhores que as fontes de interesse próprio; ii) várias fontes são melhores que uma única fonte; iii) as fontes que confirmam são melhores que as fontes que afirmam; iv) fontes informadas são melhores que fontes desinformadas; v) fontes nomeadas são melhores que fontes não nomeadas.

Quadro 10 - Taxonomia dos Vizinhos da Informação

Taxonomia dos Vizinhos da Informação					
	Jornalismo	**Entretenimento**	**Relações Públicas**	**Propaganda Política**	**Informações Brutas**
Objetivo	Informar	Divertir/Entreter	Promover personalidades aumentando sua visibilidade	Construir apoio em massa para uma ideologia, canonizando seus líderes ou demonizando sua oposição	Contornar os filtros institucionais e os custos de distribuição para vender, divulgar, defender, entreter e informar
Método	Verificação, Independência e Responsabilidade	Storytelling, performance, visual, música	Atividades de relações públicas	Relatos unilaterais com manipulação emocional	Redes Sociais

Praticantes	Repórteres, videorreporteres, fotógrafos, editores, produtores	Atores, músicos, escritores, produtores	Publicitários, relações públicas, porta-vozes governamentais	Políticos e Organizações	Qualquer pessoa com conexão à internet
Resultados	Cidadãos empoderados por meio da Educação	Distração	Mais publicidade para o talento promovido	Grupos ganham poder	Auto-expressão

Fonte: KLURFELD; SCHNEIDER, 2014, p. 10 (*tradução nossa)*

Uma experiência inusitada atesta a onipresença das notícias: um apagão de 48 horas sem acesso às notícias é a primeira tarefa do curso. Após o período, os alunos escrevem um ensaio sobre suas percepções, e dentre as histórias, alguns chegaram ao ponto de sentir-se em pânico diante do isolamento informacional. Outros classificaram o desafio como o mais difícil de suas vidas, enquanto um aluno comentou que se afastou da família por dois dias, afinal conversar sobre as notícias à mesa era um ritual familiar. O experimento é o pontapé inicial para mostrar aos estudantes que as notícias estão em toda parte e impactam todo mundo de alguma forma.

Os depoimentos coletados mostraram que o grande problema não era avalanche de informações que chegam diariamente por diversas mídias, mas principalmente a falta de processamento das notícias. O consumo irracional leva à incapacidade de desenvolver um filtro para entender quais informações são valiosas – e precisam ser retidas – e quais devem ser descartadas. Na dinâmica das aulas, as notícias são rotineiramente incorporadas às aulas e os alunos são convidados a analisar criticamente quais foram os elementos de construção de reportagens.

O curso foi projetado para que as habilidades de pensamento crítico possam ser aplicadas em qualquer mídia: impressa, digital, TV, rádio. Mas o foco é preparar o aluno para lidar, principalmente, com o mundo digital, ao reforçar o uso de habilidades fundamentais de pensamento crítico para os alunos, tanto como consumidores ou produtores; além de reduzir a velocidade de utilização da informação.

Em relação aos resultados de aprendizagem, pesquisas mostram que depois de concluírem o curso, os estudantes consumiam rotineiramente mais notícias de mais fontes, registraram-se para votar em números mais elevados, puderam desconstruir algumas notícias de vídeo de forma mais eficaz. Por exemplo, no início do semestre, apenas 17% dos participantes do curso sentiam que a mídia tratava os dois lados de uma história de forma justa; no final do semestre, o número saltou para 52%. Loth (2012) avaliou os benefícios a longo prazo de cursos *News Literacy* examinando dezenas de alunos que haviam feito o curso de três anos antes. A maioria relatou mais engajamento, capacidade e habilidade para consumir notícias, e muitos adotaram novos hábitos mentais, como verificar histórias antes de

compartilhar e checar o conteúdo de e-mails antes de encaminhá-los para amigos. Quase 3/4 concordaram com a afirmação: "Depois de ter feito o curso, sinto que eu tenho o poder de descobrir o que realmente está acontecendo no mundo".

4.2 TRIANGULAÇÃO ENTRE *THE COURSE PACK*, BNCC, E HABILIDADES E CONHECIMENTOS DE POTTER

O objetivo desta pesquisa é triangular a análise do *The Course Pack,* o curso de *news literacy* mais completo do *Center for News Literacy*, da Stony Brook, com as orientações da Nova Base Curricular Comum (BNNC) no campo jornalístico-midiático e os parâmetros de aprendizado de *news literacy* de Potter (2014). O alinhamento com a BNCC é fundamental para construir um conteúdo adaptado à sala de aula. O modelo é inspirado no que já se pratica nos Estados Unidos. O *American Press Institute* oferece aos educadores materiais didáticos que envolvam as notícias no processo de aprendizado, para alunos de todas as idades se tornem consumidores críticos de mídia. Em *Introductory News Literacy* (AMERICAN, 2012), os planos de aula foram construídos de acordo com o *Common Core State Standards,* os novos padrões curriculares dos Estados Unidos, que representam a próxima geração de parâmetros para a educação básica americana, destinada a preparar todos os alunos para o sucesso na faculdade, na carreira e na vida. O esforço, iniciado em 2009 e liderado pelo governo federal, detalha o que os alunos do ensino fundamental e médio devem aprender na conclusão de cada série escolar (COMMON CORE STATE STANDARDS INITIATIVE, 2019).

É o mesmo caso dos cursos do *The News Literacy Project*, que seguem os novos padrões educacionais do *Common Core*. A organização sem fins lucrativos trabalha com educadores e jornalistas para ensinar alunos do ensino fundamental e médio a diferenciar fatos da ficção na era digital e quando foi lançado a primeira vez em salas de aula, em 2009, chegou a 650 estudantes em Maryland e Nova York. Dez anos depois, já alcançou mais de 25.000 estudantes em mais de 250 escolas. Jornalistas voluntários de 33 organizações de notícias parceiras ministraram mais de 700 aulas, presenciais e virtuais, e participaram de vários eventos públicos. Em janeiro de 2017, mais de 2.000 professores em todos os 50 estados e no Distrito de Columbia se registraram para usar a plataforma *checkology* (*NEWS LITERACY PROJECT*, 2019) em suas classes, atendendo a quase 220.000 alunos. A demanda para ensinar esse tipo de ceticismo saudável e pensamento crítico está em ascensão (BUI, 2013; *NEWS LITERACY PROJECT*, 2019).

Hobbs (2010, p. 3) descreve com entusiasmo as atividades de *news literacy* realizadas com estudantes nos Estados Unidos, reforçando que estas habilidades permitirão aos jovens "florescerem no tsunami de informação que os rodeia". Para a pesquisadora, uma das referências sobre o tema no mundo, os principais resultados de aprendizagem desta experiência para os alunos são:

> 1. Notícias falam sobre problemas em nossas proximidades e no mundo.
> 2. Jornalistas produzem as notícias obtendo informações e opiniões de diferentes pessoas.
> 3. Pessoas comuns ajudam a divulgar notícias, contatando ativamente jornalistas e convidando-os a cobrir o que é importante.
> 4. As decisões tomadas por um jornalista podem moldar nossas opiniões e sentimentos sobre as pessoas e lugares que não experimentamos diretamente, reforçando ou desafiando estereótipos.
> 5. Existem informações imprecisas nas notícias. Mesmo uma pequena palavra pode tornar uma mensagem imprecisa.
> 6. Muita informação é deixada de fora de uma reportagem.
> 7. Um jornalista faz essas escolhas porque há muita informação e pouco tempo, e eles devem equilibrar o que as pessoas precisam saber com o que as pessoas querem conhecer.
> 8. Qualquer pessoa pode criar uma mensagem de mídia sobre notícias e acontecimentos para refletir sua experiência do mundo.
> 9. É possível usar palavras, imagens e interatividade para investigar e comentar o que está acontecendo na comunidade.
> 10. É possível compartilhar com a família e os amigos e ter uma conversa sobre o problema - e isso pode ajudar as pessoas a aprender, resolver e agir sobre este problema (HOBBS, 2010, p. 4).

Potter (2014) defende que a compreensão sobre a construção e a produção das notícias passa pelo entendimento das três influências-chave desse processo:

> Limitações Inevitáveis: prazos, limitações de recursos e foco geográfico; Ambiente de Negócios: comercialismo, perspectiva de marketing, estrutura organizacional, propriedade e branding; Convenções Operacionais**:** uso de fontes, percepção de valores, hiperlocalismo e fórmulas para contar histórias. (POTTER, 2014, p. 167).

Potter (2014) também sumariza (quadro 7) as habilidades e conhecimentos necessários para o aprendizado de *news literacy*, que servem de base para identificar, nos módulos do curso do *Center for News Literacy*, os conteúdos para a formatação de uma disciplina, alinhados com a BNCC.

Esta pesquisa considerará os conteúdos do *The Course Pack*, que oferece aos professores materiais atualizados constantemente e servem como base para que os docentes possam aplicá-los em sala de aula. O objetivo do curso está descrito abaixo:

> [...] é projetado para ensinar os alunos a exercitar seu poder como cidadãos tornando-se consumidores de notícias conscientes. Capacitados com habilidades de pensamento crítico, uma compreensão firme de história relevante e conhecimento prático sobre a mídia, os alunos de *News Literacy* aprendem como encontrar as informações confiáveis necessárias para tomar decisões, agir, fazer julgamentos e compartilhar informações de maneira responsável por meio das mídias sociais. Em um momento em que a revolução digital gera uma inundação de informações e desinformação a cada dia, o curso busca ajudar os alunos a reconhecer as diferenças entre fatos e

> rumores, notícias e promoções, notícias e opiniões, preconceitos e justiça, afirmação e verificação e evidências e inferência. (CENTER FOR NEWS LITERACY, 2016).

Barbosa e Simões (2017) explicam que, no Brasil, os textos jornalísticos passaram a fazer parte dos currículos de língua portuguesa a partir de 1970, à medida que buscava-se formar leitores capazes de compreender significados e informações de diferentes gêneros - como notícias, HQs, anúncios, tirinhas etc. A orientação, que começou em um contexto ditatorial, preocupava-se muito mais em educar para o consenso e com pouca perspectiva de reflexão crítica.

> Havia, portanto, um projeto político-ideológico definido que, com o objetivo de solidificar a massa trabalhadora, não tinha em mente a formação para a cidadania crítica, mas para a instrumentalização dessa classe com a finalidade de desenvolver o capital. É preciso acrescentar que todo esse processo contava com contextos sociopolíticos e epistemológicos viáveis para a formação desse leitor, uma vez que não havia liberdade de imprensa (as informações, veiculadas pelos jornais, eram controladas pelo regime ditatorial) e, também, havia pouca produção intelectual linguística e pedagógica consistente que viesse a problematizar o ensino de português. (BARBOSA; SIMÕES, 2017, p. 73).

A partir da década de 1980, com os movimentos de redemocratização do país e a consolidação da Linguística como componente de formação de professores, os discursos de mudança começaram a dominar a sociedade, e a língua portuguesa, como disciplina, passou a ter uma abordagem enunciativa e discursiva.

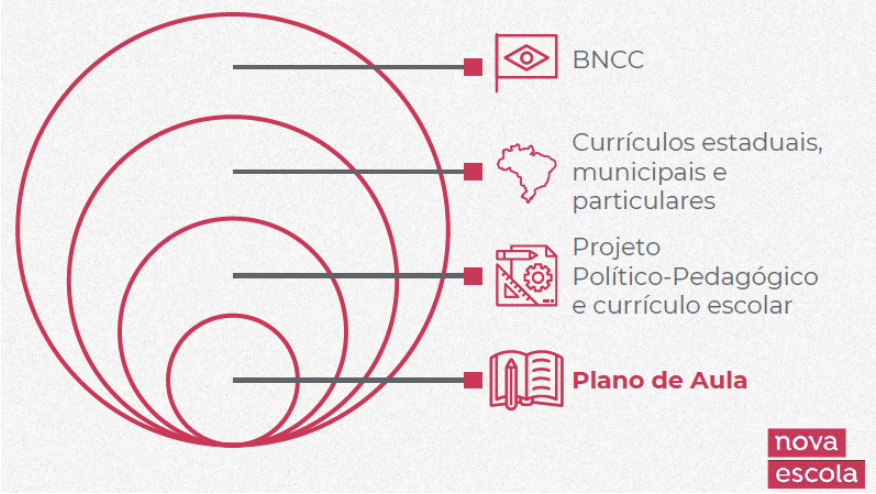
> Ainda durante a década de 1990, sob influência da crescente recepção das obras de Bakhtin no Brasil e dos estudos da Escola de Genebra (DOLZ e SCHNEUWLY, 2004), o conceito de gêneros do discurso veio a ocupar um lugar central na área, tendo sido os gêneros propostos como objetos de ensino pelos Parâmetros Curriculares Nacionais para os anos iniciais e finais do Ensino Fundamental (BRASIL, 1997 e 1998). Assim, conforme os PCN, o ensino de português deve ser orientado pelas práticas de linguagem (leitura, produção de textos e oralidade), o que significa tomar as práticas sociais de uso da linguagem como referência (e não somente as práticas escolares); deve tomar o texto como unidade de ensino e o gênero como objeto de ensino. Todo esse processo elaborado na articulação da reflexão linguística que parte do uso e desemboca no uso: movimento metodológico uso-reflexão-uso. (BARBOSA; SIMÕES, 2017, p. 75).

À época, os parâmetros curriculares defendiam a utilização de textos jornalísticos, com a leitura regular de jornais; e em relação à área jornalística, define como gêneros privilegiados nas diferentes práticas: notícia, editorial, artigo, reportagem, carta do leitor, entrevista, charge, tira, comentário radiofônico, debate, depoimento.

A BNCC, aprovada pelo Ministério da Educação em 2017, define o conjunto de aprendizagens essenciais que todos os alunos devem desenvolver ao longo das etapas e modalidades da Educação Básica das redes escolares dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios. O documento normativo deve ser considerado na construção de propostas

pedagógicas, materiais didáticos e processos de avaliação de aprendizagem para a sala de aula. A base é um ponto de partida para contribuir com o alinhamento de outras políticas e ações referentes "à formação de professores, à avaliação, à elaboração de conteúdos educacionais e aos critérios para a oferta de infraestrutura adequada para o pleno desenvolvimento da educação" (MEC, 2018). A figura abaixo exemplifica a lógica de aplicação da BNCC.

Figura 3 - Aplicação da BNCC



Fonte: NOVA ESCOLA, 2018

A BNCC está alicerçada em dez competências, que consubstanciam, no âmbito pedagógico, os direitos de aprendizagem e desenvolvimento. É um esforço para a mobilização de "conhecimentos, habilidades (práticas, cognitivas e socioemocionais), atitudes e valores para resolver demandas complexas da vida cotidiana, do pleno exercício da cidadania e do mundo do trabalho" (NOVA ESCOLA, 2018). As competências são descritas na figura abaixo:

Figura 4 - Dez competências da BNCC

Fonte: NOVA ESCOLA, 2018

A BNCC indica que o trabalho com as competências deva ser articulado com o processo de aprendizagem dos componentes, reforçando que:

> [...] os "alunos devem saber, (considerando a constituição de conhecimentos, habilidades, atitudes e valores) e, sobretudo, do que devem "saber fazer" (considerando a mobilização desses conhecimentos, habilidades, atitudes e valores para resolver demandas complexas da vida cotidiana, do pleno exercício da cidadania e do mundo do trabalho). (MEC, 2018, p. 13).

O foco no trabalho com as competências está alinhado às avaliações internacionais da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), que coordena o Programa Internacional de Avaliação de Alunos (Pisa, na sigla em inglês), e da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco, na sigla em inglês), que instituiu o Laboratório Latino-americano de Avaliação da Qualidade da Educação para a América Latina (LLECE, na sigla em espanhol). A BNCC preserva e amplia a presença dos textos jornalísticos em Língua Portuguesa, na prática de linguagem definida como Campo Jornalístico/Midiático. Como objeto de conhecimento, a Base recomenda que:

> [...] em relação a este Campo, de ampliar e qualificar a participação das crianças, adolescentes e jovens nas práticas relativas ao trato com a informação e opinião, que estão no centro da esfera jornalística/midiática. Para além de construir conhecimentos e desenvolver habilidades envolvidas na escuta, leitura e produção de textos que circulam no campo, o que se pretende é **propiciar experiências que permitam desenvolver nos adolescentes e jovens a sensibilidade para que se interessem pelos fatos que acontecem na sua comunidade, na sua cidade e no mundo e afetam as vidas das pessoas, incorporem em suas vidas a prática de escuta, leitura e produção de textos pertencentes a gêneros da esfera jornalística em diferentes fontes, veículos e mídias, e desenvolvam autonomia e pensamento crítico para se situar em relação a interesses e posicionamentos diversos e possam produzir textos noticiosos e opinativos e participar de discussões e debates de forma ética e respeitosa.** (MEC, 2018, p. 138, grifo nosso).

Landeira (2019), um dos professores responsáveis pela redação do componente de Língua Portuguesa na terceira versão da Base Nacional Curricular Comum (2016/2017) implementada em todo o território nacional, conta que o maior anseio era que o campo refletisse um fazer do professor em sala de aula e que chegasse ao aluno como uma mudança possível na aprendizagem. Ao mesmo tempo, foram respeitados os conhecimentos linguísticos bem estruturados e evitados a simplificação que pode resultar na banalização dos conhecimentos. A maior preocupação sempre foi de que o núcleo - formação do leitor e do produtor de textos - estivesse presente em cada opção, centrado nas relações solidárias entre os diferentes conhecimentos. Assim, um campo não é visto fora da alçada dos outros e, até mesmo, do diálogo com as outras disciplinas.

O conteúdo do *The Course Pack* foi mapeado durante os meses de setembro, outubro e novembro de 2018. Disponibilizado no site do *Center for News Literacy*, todos os arquivos podem ser baixados gratuitamente, de forma simples, em uma plataforma do Google Drive (*NEWS LITERACY LESSONS,* 2018). O curso é atualizado semestralmente, e os materiais descritos abaixo fazem parte do pacote "*Fall 2018*", portanto já consideram o impacto da desordem informacional e *fake news*, alinhado com as demandas atuais. O curso organiza o material em oito conceitos que estão espalhados em 14 semanas, e cada lição é independente ou pode ser facilmente integrada ao programa do professor.

Esta análise é um passo inicial para pincelar, entre os objetivos e conteúdos trabalhados no curso do *Center for News Literacy*, quais habilidades estão sendo cumpridas nos parâmetros de aprendizado de Potter (2014) e BNCC, no campo jornalístico-midiático.

Lição 1 - Por que *News Literacy* é importante

Resumo:

Na esteira da última revolução da informação, cabe ao consumidor determinar se a informação é confiável e se deve publicá-la.

Materiais:

Apresentação em *powerpoint* e exercícios práticos

O que é ensinado?

Neste módulo, os alunos aprendem como a mais recente revolução da informação transformou a forma como os consumidores de notícias recebem e divulgam informações. De Gutenberg a Zuckerberg, os paralelos entre a primeira e a última revolução da informação ajudam a entender o quanto a era digital mudou a maneira como as informações são compartilhadas. Para encontrar informações confiáveis e acionáveis, os consumidores de notícias de hoje precisam superar quatro desafios: velocidade x precisão, sobrecarga de informações, um enfraquecimento das linhas que resultaram em uma crise de autenticidade e, finalmente, os próprios preconceitos.

Habilidades/Conhecimentos – Potter:

Identificar quais são os pontos chave de uma notícia para entender a informação.

Habilidade – BNCC:

(EF89LP01) analisar os interesses que movem o campo jornalístico, os efeitos das novas tecnologias no campo e as condições que fazem da informação uma mercadoria, de forma a poder desenvolver uma atitude crítica frente aos textos jornalísticos.

Lição 2 - O poder da informação

Resumo:

Desde que os humanos percorreram a Terra pela primeira vez, o poder da informação derivou de sua capacidade de alertar, desviar e conectar pessoas.

Materiais:

Apresentação em *powerpoint* e exercícios práticos

O que é ensinado?

Três grandes poderes são apresentados: o poder da impressão: por que Napoleão disse: "Quatro jornais hostis são mais temíveis do que mil baionetas"; o poder das imagens e do vídeo: eles podem mover o público e provocar mudanças e o poder das mídias sociais: como plataformas como o Twitter e o Facebook se espalham e fazem notícia. A liberdade de imprensa e a Primeira Emenda são apresentadas, baseadas na convicção de que os excessos de um preço de imprensa livre são um preço que vale a pena pagar por manter nosso governo e outras instituições sob controle.

Na atividade prática, o aluno é incentivado a refletir sobre a imprensa livre nos Estados Unidos, discutindo a história, o impacto e as implicações da Primeira Emenda sobre a liberdade de imprensa e a batalha pela informação nos Estados Unidos. A sugestão é de um debate sobre o caso de Edward Snowden. Outro ponto de discussão é se os meios de comunicação estão sob ameaça nos Estados Unidos.

Habilidades/Conhecimentos – Potter:

Identificar quais são os pontos chave de uma notícia para entender a informação; avaliar as responsabilidades éticas dos jornalistas na história; analisar os elementos morais de uma história.

Habilidade – BNCC:

(EF09LP02) analisar e comentar a cobertura da imprensa sobre fatos de relevância social, comparando diferentes enfoques por meio do uso de ferramentas de curadoria;

(EF69LP01) diferenciar liberdade de expressão de discursos de ódio, posicionando-se contrariamente a esse tipo de discurso e vislumbrando possibilidades de denúncia quando for o caso.

Lição 3 - É verdade? Parte 1

Resumo:

Jornalistas e cientistas têm uma compreensão semelhante da verdade - uma declaração de probabilidade que é proporcional à quantidade de evidências disponíveis e sujeita a um sistema informal de revisão por pares.

Materiais:

Apresentação em *powerpoint* e exercícios práticos

O que é ensinado?

Questão ética sobre a verdade é colocada em discussão, trazendo conceitos de Flaubert (Não existe verdade. Existem apenas percepções) e Nietzche (Não existem fatos, apenas

interpretações). O método científico é apresentado como uma forma de chegar a uma conclusão por meio de um acúmulo de evidências. E assim como o método científico, jornalistas colhem evidências e chegam a conclusões baseadas nos fatos que eles encontram. A verdade jornalística confia no contexto, e quantos mais pedaços de quebra-cabeças é possível juntar, mais se aproxima da verdade. Os alunos são instigados a questionarem o que não se sabe e a cobrarem um jornalismo transparente sobre de onde vem a informação e quais fatos são desconhecidos. As declarações podem ser verificadas por meio de sites de verificação de fatos confiáveis e independentes, ou independentemente por consumidores de notícias que buscam evidências diretas de fontes confiáveis.

Habilidades/Conhecimentos – Potter:

Comparar e contrastar pontos-chave em sua estrutura de conhecimento; avaliar a veracidade das informações nas notícias; avaliar se a história apresenta equidade na apresentação das informações.

Habilidade – BNCC:

(EF08LP01) identificar e comparar as várias editorias de jornais impressos e digitais e de sites noticiosos, de forma a refletir sobre os tipos de fato que são noticiados e comentados, as escolhas sobre o que noticiar e o que não noticiar e o destaque/enfoque dado e a fidedignidade da informação;

(EF08LP02) justificar diferenças ou semelhanças no tratamento dado a uma mesma informação veiculada em textos diferentes, consultando sites e serviços de checadores de fatos;

(EF69LP03) identificar, em notícias, o fato central, suas principais circunstâncias e eventuais decorrências; em reportagens e fotorreportagens o fato ou a temática retratada e a perspectiva de abordagem, em entrevistas os principais temas/subtemas abordados, explicações dadas ou teses defendidas em relação a esses subtemas; em tirinhas, memes, charge, a crítica, ironia ou humor presente;

(EF89LP01) analisar os interesses que movem o campo jornalístico, os efeitos das novas tecnologias no campo e as condições que fazem da informação uma mercadoria, de forma a poder desenvolver uma atitude crítica frente aos textos jornalísticos.

Lição 4 - Mas isso é verdade? Parte 2: verificação

Resumo:

Os jornalistas buscam a verdade seguindo uma classificação de evidências diretas que dão maior valor a fotografias e vídeos, documentos e registros, observações pessoais e testemunhas.

Materiais:

Apresentação em *powerpoint* e exercícios práticos

O que é ensinado?

A verdade é provisória. Os consumidores de notícias precisam olhar para os desenvolvimentos no contexto do que é e o que não é conhecido e seguir a história para obter uma visão completa - especialmente no caso de notícias de última hora. Por meio da verificação - um dos atributos definidores do jornalismo - as declarações podem ser verificadas usando sites independentes, confiáveis de notícias ou verificação de fatos, ou independentemente por consumidores de notícias que buscam evidências diretas de fontes autorizadas.

A verificação pode falhar quando os redatores e editores correm para obter uma notícia primeiro ou um relatório é baseado em evidências falsas ou insuficientes. Os consumidores deveriam se perguntar se os jornalistas verificaram as informações que estão relatando com evidência direta.

Habilidades/Conhecimentos – Potter:

Comparar e contrastar pontos-chave em sua estrutura de conhecimento; avaliar a veracidade das informações nas notícias; avaliar se a história apresenta equidade na apresentação das informações; avaliar as responsabilidades éticas dos jornalistas na história; analisar os elementos morais de uma história; se colocar na posição de diferentes pessoas na história; analisar os sentimentos das pessoas na notícia.

Habilidade – BNCC:

(EF69LP03) identificar, em notícias, o fato central, suas principais circunstâncias e eventuais decorrências; em reportagens e fotorreportagens o fato ou a temática retratada e a perspectiva de abordagem, em entrevistas os principais temas/subtemas abordados, explicações dadas ou teses defendidas em relação a esses subtemas; em tirinhas, memes, charge, a crítica, ironia ou humor presente;

(EF08LP02) justificar diferenças ou semelhanças no tratamento dado a uma mesma informação veiculada em textos diferentes, consultando sites e serviços de checadores de fatos;

(EF69LP13) engajar-se e contribuir com a busca de conclusões comuns relativas a problemas, temas ou questões polêmicas de interesse da turma e/ou de relevância social.

Lição 5 - O que tornam as notícias diferentes?

Resumo:

Notícias são informações de interesse público que são compartilhadas e sujeitas a um processo jornalístico de verificação, pelo qual um indivíduo ou uma organização independente

é diretamente responsável. Esses três atributos estão representados no acrônimo VIA – Verificação, Independência e *Accountability*, e todos devem estar presentes para classificar as informações como jornalismo.

Materiais:

Apresentação em *powerpoint* e exercícios práticos.

O que é ensinado?

Às vezes, não é fácil diferenciar o jornalismo de outros campos da informação. Publicidade, relações públicas, propaganda, entretenimento, informação crua e, sim, jornalismo - cada bairro metafórico tem seu próprio caráter, sua maneira de fazer as coisas. Mas, assim como os bairros de uma cidade, suas fronteiras nem sempre são claramente desenhadas. Alguns bairros de informação são lugares comparativamente seguros para os consumidores de notícias. Lugares onde coisas como transparência, contexto e verificação não estão em falta. E existem bairros que podem parecer uma coisa na superfície, mas são bem diferentes quando analisados de perto. O *Center for News Literacy* defende que três características precisam estar presentes para ser jornalismo: 1) Verificação: processo que estabelece ou confirma a exatidão ou verdade de algo, para assegurar que as reportagens sejam factuais e justas; 2) Independência: liberdade do controle, influência ou apoio das partes interessadas, juntamente ao esforço consciente para deixar de lado as crenças pré-existentes e um sistema de freios e contrapesos. Para os jornalistas, independência significa poder relatar as notícias livres de controle por interesses políticos ou econômicos externos. A primeira lealdade de uma organização de notícias independente é para seus leitores, não para as pessoas que eles cobrem e para a verdade) e 3) *Accountability*: jornalistas colocam seu nome em seu trabalho, e em muitos casos, o endereço de e-mail ou número de telefone. Dessa forma, se algo estiver de fato errado, qualquer pessoa pode relatar o erro. E se um erro for descoberto, o jornalista precisa publicar uma correção.

Habilidades/Conhecimentos – Potter:

Identificar quais são os pontos-chave de uma notícia para entender a informação.

Habilidade – BNCC:

(EF69LP16) analisar e utilizar as formas de composição dos gêneros jornalísticos da ordem do relatar, tais como notícias (pirâmide invertida no impresso X blocos noticiosos hipertextuais e hipermidiáticos no digital, que também pode contar com imagens de vários tipos, vídeos, gravações de áudio etc.), da ordem do argumentar, tais como artigos de opinião e editorial (contextualização, defesa de tese/opinião e uso de argumentos) e das entrevistas: apresentação e contextualização do entrevistado e do tema, estrutura pergunta e resposta etc;

(EF69LP17) perceber e analisar os recursos estilísticos e semióticos dos gêneros jornalísticos e publicitários, os aspectos relativos ao tratamento da informação em notícias, como a ordenação dos eventos, as escolhas lexicais, o efeito de imparcialidade do relato, a morfologia do verbo, em textos noticiosos e argumentativos, reconhecendo marcas de pessoa, número, tempo, modo, a distribuição dos verbos nos gêneros textuais (por exemplo, as formas de pretérito em relatos; as formas de presente e futuro em gêneros argumentativos; as formas de imperativo em gêneros publicitários), o uso de recursos persuasivos em textos argumentativos diversos (como a elaboração do título, escolhas lexicais, construções metafóricas, a explicitação ou a ocultação de fontes de informação) e as estratégias de persuasão e apelo ao consumo com os recursos linguístico-discursivos utilizados (tempo verbal, jogos de palavras, metáforas, imagens).

Lição 6 - Quem decide o que é notícia?

Resumo:

Historicamente, as agências de notícias determinaram o valor das notícias por meio de uma combinação de quatro fatores: *drivers* de notícias universais, julgamento editorial, compreensão do público-alvo e do modelo de negócios do meio de comunicação.

Materiais:

Apresentação em *powerpoint* e exercícios práticos.

O que é ensinado?

Para melhor ou pior, a notícia é por vezes definida pela pessoa responsável pela redação. Com todas essas histórias para escolher todos os dias, alguém tem que escolher o que é prioridade e o que não. Três fatores determinam o que se torna notícia e o que não é:

1) Drivers de notícias universais:

Importância, Oportunidade, Proximidade, Magnitude, Destaque, Conflito, Interesse Humano, Mudança, Relevância, Inusitado.

2) Julgamento editorial:

Enquanto as características inatas de uma informação (pessoas proeminentes ... ações peculiares ... e assim por diante) determinam se é interessante, existem outras forças em ação. Como uma empresa jornalística decide quais informações são notícias e quais não são? Um editor ou produtor faz esses julgamentos, pesando três fatores: 1. O que é interessante *versus* o que é importante; 2. dar a audiência o que ela quer ou o que ela precisa? e 3. O que a concorrência está fazendo?

3) Julgamento da Audiência:

Esse processo de pesagem - importante *versus* interessante - tem tudo a ver com tentar atender uma audiência. Uma organização de notícias deve dar às pessoas o que elas quiserem, ou devem dizer a elas que precisam de um pouco de óleo de fígado de bacalhau? Muitas vezes, uma revista como People pode trazer muito mais pessoas para uma história séria de saúde, por exemplo, porque, à medida que as pessoas navegam nas notícias das celebridades, elas param e leem uma história importante.

4) Apresentação e design para públicos específicos.

Influência dos algoritmos do Facebook nas notícias que os usuários leem e o impacto no aumento de *fake news.*

Habilidades/Conhecimentos – Potter:

Identificar quais são os pontos-chave de uma notícia para entender a informação; avaliar as responsabilidades éticas dos jornalistas na história; analisar os elementos artesanais e artísticos da história.

Habilidade – BNCC:

(EF69LP03) identificar, em notícias, o fato central, suas principais circunstâncias e eventuais decorrências; em reportagens e fotorreportagens o fato ou a temática retratada e a perspectiva de abordagem, em entrevistas os principais temas/subtemas abordados, explicações dadas ou teses defendidas em relação a esses subtemas; em tirinhas, memes, charge, a crítica, ironia ou humor presente;

(EF69LP11) identificar e analisar posicionamentos defendidos e refutados na escuta de interações polêmicas em entrevistas, discussões e debates (televisivo, em sala de aula, em redes sociais etc.), entre outros, e se posicionar frente a eles;

(EF69LP16) analisar e utilizar as formas de composição dos gêneros jornalísticos da ordem do relatar, tais como notícias (pirâmide invertida no impresso X blocos noticiosos hipertextuais e hipermidiáticos no digital, que também pode contar com imagens de vários tipos, vídeos, gravações de áudio etc.), da ordem do argumentar, tais como artigos de opinião e editorial (contextualização, defesa de tese/opinião e uso de argumentos) e das entrevistas: apresentação e contextualização do entrevistado e do tema, estrutura pergunta e resposta etc;

(EF08LP01) identificar e comparar as várias editorias de jornais impressos e digitais e de sites noticiosos, de forma a refletir sobre os tipos de fato que são noticiados e comentados, as escolhas sobre o que noticiar e o que não noticiar e o destaque/enfoque dado e a fidedignidade da informação;

(EF89LP01) analisar os interesses que movem o campo jornalístico, os efeitos das novas tecnologias no campo e as condições que fazem da informação uma mercadoria, de forma a poder desenvolver uma atitude crítica frente aos textos jornalístico.

Lição 7 - Justiça e Equilíbrio - Parte I (É justo? É tendencioso?)

Resumo:

O jornalismo responsável aspira a ser justo com todos os lados de uma história e com os fatos em si. Compreensão de que *News Literacy* ensina sobre justiça, equilíbrio e preconceito.

Materiais:

Apresentação em *powerpoint* e exercícios práticos.

O que é ensinado?

Uma cobertura jornalística é marcada pela imparcialidade e honestidade - livre de interesse próprio, preconceito ou favoritismo. Ser justo com as pessoas e instituições que estão sendo cobertas - e ser justo com as evidências. Como?

1-Linguagem: linguagem justa, usando termos neutros como "dito" em vez de "admitido" e não adotando uma linguagem partidária.

2-Apresentação: evitar fotos e vídeos prejudiciais.

3- Fair play: incluir todas as perspectivas relevantes e dar aos jornalistas a chance de responder às acusações negativas.

4 - Equilíbrio: igualdade entre os lados de uma conta. O equilíbrio é uma medida quantitativa.

5 - Viés: Uma predisposição que distorce sua capacidade de pesar a evidência e impede que você alcance um julgamento justo ou preciso. O curso define como ""padrão"" de injustiça. Você não pode determinar o preconceito observando uma notícia. Você precisa analisar a cobertura de um determinado canal de notícias ao longo de um período de tempo. Uma organização de notícias respeitável separa as notícias da opinião - não apenas rotulando-a, mas separando suas equipes de notícias e de opinião.

Habilidades/Conhecimentos – Potter:

Avaliar as responsabilidades éticas dos jornalistas na história; analisar os elementos morais de uma história; analisar os elementos artesanais e artísticos da história; identificar quais são os pontos-chave de uma notícia para entender a informação; avaliar a veracidade das informações nas notícias; comparar e contrastar pontos-chave em sua estrutura de conhecimento; avaliar se a história apresenta equidade na apresentação das informações;

analisar os sentimentos das pessoas na notícia; estender a empatia a outras pessoas citadas na notícia.

Habilidade – BNCC:

(EF09LP02) analisar e comentar a cobertura da imprensa sobre fatos de relevância social, comparando diferentes enfoques por meio do uso de ferramentas de curadoria;

(EF89LP16) analisar a modalização realizada em textos noticiosos e argumentativos, por meio das modalidades apreciativas, viabilizadas por classes e estruturas gramaticais como adjetivos, locuções adjetivas, advérbios, locuções adverbiais, orações adjetivas e adverbiais, orações relativas restritivas e explicativas etc., de maneira a perceber a apreciação ideológica sobre os fatos noticiados ou as posições implícitas ou assumidas;

(EF89LP06) analisar o uso de recursos persuasivos em textos argumentativos diversos (como a elaboração do título, escolhas lexicais, construções metafóricas, a explicitação ou a ocultação de fontes de informação) e seus efeitos de sentido;

(EF89LP03) analisar textos de opinião (artigos de opinião, editoriais, cartas de leitores, comentários, posts de blog e de redes sociais, charges, memes, gifs etc.) e posicionar-se de forma crítica e fundamentada, ética e respeitosa frente a fatos e opiniões relacionados a esses textos;

(EF89LP01) analisar os interesses que movem o campo jornalístico, os efeitos das novas tecnologias no campo e as condições que fazem da informação uma mercadoria, de forma a poder desenvolver uma atitude crítica frente aos textos jornalísticos;

(EF08LP02) justificar diferenças ou semelhanças no tratamento dado a uma mesma informação veiculada em textos diferentes, consultando sites e serviços de checadores de fatos;

(EF08LP01) identificar e comparar as várias editorias de jornais impressos e digitais e de sites noticiosos, de forma a refletir sobre os tipos de fato que são noticiados e comentados, as escolhas sobre o que noticiar e o que não noticiar e o destaque/enfoque dado e a fidedignidade da informação;

(EF69LP13) engajar-se e contribuir com a busca de conclusões comuns relativas a problemas, temas ou questões polêmicas de interesse da turma e/ou de relevância social.

Lição 8 - Justiça e Equilíbrio - Parte II (Quando jornalistas tomam partido)

Resumo:

Embora a verdadeira objetividade possa não ser alcançada, a disciplina jornalística da imparcialidade é a chave para alcançar a justiça. Quando os jornalistas tomam partido, eles obscurecem ou cruzam a linha entre notícias e opinião.

Materiais:

Apresentação em powerpoint e exercícios práticos.

O que é ensinado?

"A mídia noticiosa é tendenciosa" é uma generalização sem sentido. A disciplina jornalística da imparcialidade é um desenvolvimento comparativamente moderno. Para maximizar a circulação e a receita publicitária, os jornais e, posteriormente, os canais de notícias decidiram que a melhor estratégia era manter suas políticas nas páginas editorial e de opinião. Leitores de todos os lados do espectro político eram mais propensos a valorizar e confiar em seu jornalismo se este fosse mantido separado do jornalismo de opinião claramente rotulado produzido por uma equipe separada. Em um cenário de mídia fragmentada e cada vez mais partidária, é importante que os consumidores recebam suas notícias de várias fontes e observem atentamente os sinais de injustiça, tendo em mente o impacto que o público-alvo e o modelo de negócios de um estabelecimento de notícias podem ter na seleção e na reprodução da história. Um fator que compromete a confiança nos jornalistas e sua imparcialidade é uma indefinição da linha entre notícias e opinião, especialmente na TV. É fundamental prestar atenção aos rótulos e linguagem para distinguir notícias e opiniões.

Os alunos são estimulados a discutir assuntos atuais, como a Guerra das Vacinas, Teorias Conspiratórias e Pseudociência, para discutir a influência da dissonância cognitiva na proliferação da desordem informacional, onde as pessoas acreditam naquilo que querem acreditar.

Habilidades/Conhecimentos – Potter:

Avaliar as responsabilidades éticas dos jornalistas na história; analisar os elementos morais de uma história; analisar os elementos artesanais e artísticos da história; identificar quais são os pontos-chave de uma notícia para entender a informação; avaliar a veracidade das informações nas notícias; comparar e contrastar pontos-chave em sua estrutura de conhecimento; avaliar se a história apresenta equidade na apresentação das informações.

Habilidade – BNCC:

(EF69LP07) produzir textos em diferentes gêneros, considerando sua adequação ao contexto produção e circulação – os enunciadores envolvidos, os objetivos, o gênero, o suporte, a circulação -, ao modo (escrito ou oral; imagem estática ou em movimento etc.), à variedade linguística e/ou semiótica apropriada a esse contexto, à construção da textualidade relacionada às propriedades textuais e do gênero), utilizando estratégias de planejamento, elaboração,

revisão, edição, reescrita/redesign e avaliação de textos, para, com a ajuda do professor e a colaboração dos colegas, corrigir e aprimorar as produções realizadas, fazendo cortes, acréscimos, reformulações, correções de concordância, ortografia, pontuação em textos e editando imagens, arquivos sonoros, fazendo cortes, acréscimos, ajustes, acrescentando/ alterando efeitos, ordenamentos etc;

(EF69LP11) identificar e analisar posicionamentos defendidos e refutados na escuta de interações polêmicas em entrevistas, discussões e debates (televisivo, em sala de aula, em redes sociais etc.), entre outros, e se posicionar frente a eles;

(EF69LP16) analisar e utilizar as formas de composição dos gêneros jornalísticos da ordem do relatar, tais como notícias (pirâmide invertida no impresso X blocos noticiosos hipertextuais e hipermidiáticos no digital, que também pode contar com imagens de vários tipos, vídeos, gravações de áudio etc.), da ordem do argumentar, tais como artigos de opinião e editorial (contextualização, defesa de tese/opinião e uso de argumentos) e das entrevistas: apresentação e contextualização do entrevistado e do tema, estrutura pergunta e resposta etc;

(EF69LP17) perceber e analisar os recursos estilísticos e semióticos dos gêneros jornalísticos e publicitários, os aspectos relativos ao tratamento da informação em notícias, como a ordenação dos eventos, as escolhas lexicais, o efeito de imparcialidade do relato, a morfologia do verbo, em textos noticiosos e argumentativos, reconhecendo marcas de pessoa, número, tempo, modo, a distribuição dos verbos nos gêneros textuais (por exemplo, as formas de pretérito em relatos; as formas de presente e futuro em gêneros argumentativos; as formas de imperativo em gêneros publicitários), o uso de recursos persuasivos em textos argumentativos diversos (como a elaboração do título, escolhas lexicais, construções metafóricas, a explicitação ou a ocultação de fontes de informação) e as estratégias de persuasão e apelo ao consumo com os recursos linguístico-discursivos utilizados (tempo verbal, jogos de palavras, metáforas, imagens);

(EF89LP01) analisar os interesses que movem o campo jornalístico, os efeitos das novas tecnologias no campo e as condições que fazem da informação uma mercadoria, de forma a poder desenvolver uma atitude crítica frente aos textos jornalísticos;

(EF08LP02) justificar diferenças ou semelhanças no tratamento dado a uma mesma informação veiculada em textos diferentes, consultando sites e serviços de checadores de fatos;

(EF08LP01) identificar e comparar as várias editorias de jornais impressos e digitais e de sites noticiosos, de forma a refletir sobre os tipos de fato que são noticiados e comentados, as escolhas sobre o que noticiar e o que não noticiar e o destaque/enfoque dado e a fidedignidade da informação.

Lição 9 - O Meio é a Mensagem - Parte 1

Resumo:

Dividido em dois módulos, o conteúdo aborda os pontos fortes e fracos de cada grande meio de notícias. Jornais e revistas ainda oferecem a cobertura mais abrangente, mas as forças do mercado, os avanços tecnológicos e as mudanças demográficas reduziram drasticamente seus recursos e alcance. E para isso, as palavras de Marshall McLuhan, um estudioso e filósofo canadense que explorou a mídia e as comunicações há meio século, servem como base: "O meio é a mensagem".

Materiais:

Apresentação em powerpoint, vídeos e exercícios práticos.

O que é ensinado?

Como consumidores de notícias, é preciso estar ciente de como o meio molda a mensagem e entender que cada plataforma de notícias oferece uma dimensão não encontrada nos outros. Embora os jornais desempenhem um papel menor para os consumidores de notícias sobre a era digital, sua capacidade de oferecer profundidade e contexto torna-os o melhor lugar para se obter uma melhor compreensão dos desenvolvimentos de notícias. Eles continuam a ser a fonte mais confiável de forte cobertura local e relatórios investigativos empreendedores.

Para preparar os alunos para a semana a seguinte, que discute novas mídias, dará a eles uma prévia da próxima discussão sobre novas mídias, a sugestão é pedir que eles acessem um jogo on-line que testa o conhecimento e o entendimento dos conceitos *News Literacy* de forma divertida e interativa.

Habilidades/Conhecimentos – Potter:

Analisar os elementos artesanais e artísticos da história; comparar e contrastar a arte usada para contar essa história com aquela usada para contar outras histórias.

Habilidade – BNCC:

(EF89LP01) analisar os interesses que movem o campo jornalístico, os efeitos das novas tecnologias no campo e as condições que fazem da informação uma mercadoria, de forma a poder desenvolver uma atitude crítica frente aos textos jornalísticos;

(EF09LP02) analisar e comentar a cobertura da imprensa sobre fatos de relevância social, comparando diferentes enfoques por meio do uso de ferramentas de curadoria.

Lição 10 - O Meio é a Mensagem - Parte 2, Mídia Digital

Resumo:

Após entender os pontos fortes e fracos de jornais, rádio e TV, é a vez das plataformas de notícias da era digital e ver como elas geram e moldam o jornalismo atual.

Materiais:

Apresentação em powerpoint, vídeos e exercícios práticos.

O que é ensinado?

Sites de notícias e mecanismos de busca ampliaram o alcance dos consumidores de notícias, ao mesmo tempo em que os apresentavam novos desafios - sobrecarga de informações, questões de autenticidade e viés de confirmação - na busca de informações confiáveis. Uma lição fundamental: a classificação nos mecanismos de pesquisa não indica necessariamente a confiabilidade de um site ou de uma informação encontrada on-line. A explosão das mídias sociais e a evolução do consumidor de notícias, de observador para produtor de notícias, trouxeram não apenas um poderoso nível de engajamento, mas também a proliferação de desinformação. Mais: como a mídia social tem sido usada em campanhas eleitorais modernas, e o papel dos algoritmos nesse processo.

Habilidades/Conhecimentos – Potter:

Identificar quais são os pontos-chave de uma notícia para entender a informação; analisar os elementos artesanais e artísticos da história; comparar e contrastar a arte usada para contar essa história com aquela usada para contar outras histórias; avaliar a veracidade das informações nas notícias.

Habilidade – BNCC:

(EF89LP01) analisar os interesses que movem o campo jornalístico, os efeitos das novas tecnologias no campo e as condições que fazem da informação uma mercadoria, de forma a poder desenvolver uma atitude crítica frente aos textos jornalísticos;

(EF89LP02) analisar diferentes práticas (curtir, compartilhar, comentar, curar etc.) e textos pertencentes a diferentes gêneros da cultura digital (meme, gif, comentário, charge digital etc.) envolvidos no trato com a informação e opinião, de forma a possibilitar uma presença mais crítica e ética nas redes;

(EF09LP01) analisar o fenômeno da disseminação de notícias falsas nas redes sociais e desenvolver estratégias para reconhecê-las, a partir da verificação/avaliação do veículo, fonte, data e local da publicação, autoria, URL, da análise da formatação, da comparação de diferentes fontes, da consulta a sites de curadoria que atestam a fidedignidade do relato dos fatos e denunciam boatos etc.

(EF89LP07) Analisar, em notícias, reportagens e peças publicitárias em várias mídias, os efeitos de sentido devidos ao tratamento e à composição dos elementos nas imagens em

movimento, à performance, à montagem feita (ritmo, duração e sincronização entre as linguagens – complementaridades, interferências etc.) e ao ritmo, melodia, instrumentos e sampleamentos das músicas e efeitos sonoros.

Lição 11 - Quem diz?

Resumo:

O processo de desconstrução usa os conceitos do *News literacy* para analisar e desapaixonadamente julgar a confiabilidade de uma reportagem.

Materiais:

Apresentação em powerpoint, vídeos e exercícios práticos.

O que é ensinado?

O módulo ensina um vocabulário avançado que traz clareza e nuance à sua análise crítica das fontes que são a base de tantas reportagens. Os alunos são apresentados ao método de desconstrução, que consiste em seguir sete etapas para avaliar a credibilidade de uma notícia, e só agir ou compartilhar informações após seguir esses passos:

1. Resuma os principais pontos da história e, em seguida, verifique: a manchete e o lead confirmam o (s) ponto (s) principal (is) da história?

2. Quão perto o repórter chega para abrir o freezer? A evidência é direta ou indireta?

3. Avalie a confiabilidade das fontes usando o acrônimo I'M VAIN:

Independente (Imparcial)

Múltipla (Corroborada)

Verificável (factual)

Autoritário / Informado (com conhecimento)

Nomeado (totalmente identificado)

4. O repórter faz seu trabalho de forma transparente?

5. O repórter coloca a história no contexto?

6. As perguntas-chave são respondidas?

7. A história é justa?

Habilidades/Conhecimentos – Potter:

Comparar e contrastar pontos-chave em sua estrutura de conhecimento; avaliar a veracidade das informações nas notícias; avaliar se a história apresenta equidade na apresentação das informações; analisar os sentimentos das pessoas na notícia; colocar-se na posição de diferentes pessoas na história; estender a empatia a outras pessoas citadas na notícia; analisar os elementos artesanais e artísticos da história; comparar e contrastar a arte usada para

contar essa história com aquela usada para contar outras histórias; Analisar os elementos morais de uma história; avaliar as responsabilidades éticas dos jornalistas na história.

Habilidade – BNCC:

(EF09LP01) analisar o fenômeno da disseminação de notícias falsas nas redes sociais e desenvolver estratégias para reconhecê-las, a partir da verificação/avaliação do veículo, fonte, data e local da publicação, autoria, URL, da análise da formatação, da comparação de diferentes fontes, da consulta a sites de curadoria que atestam a fidedignidade do relato dos fatos e denunciam boatos etc;

(EF09LP02) analisar e comentar a cobertura da imprensa sobre fatos de relevância social, comparando diferentes enfoques por meio do uso de ferramentas de curadoria;

(EF89LP16) analisar a modalização realizada em textos noticiosos e argumentativos, por meio das modalidades apreciativas, viabilizadas por classes e estruturas gramaticais como adjetivos, locuções adjetivas, advérbios, locuções adverbiais, orações adjetivas e adverbiais, orações relativas restritivas e explicativas etc., de maneira a perceber a apreciação ideológica sobre os fatos noticiados ou as posições implícitas ou assumidas;

(EF69LP03) identificar, em notícias, o fato central, suas principais circunstâncias e eventuais decorrências; em reportagens e fotorreportagens o fato ou a temática retratada e a perspectiva de abordagem, em entrevistas os principais temas/subtemas abordados, explicações dadas ou teses defendidas em relação a esses subtemas; em tirinhas, memes, charge, a crítica, ironia ou humor presente.

Lição 12 - Desconstruindo as Notícias

Resumo:

Os alunos colocam em prática o processo de desconstrução de sete etapas.

Materiais:

Apresentação em powerpoint, vídeos e o “Manual da Desconstrução”, com exemplos de notícias reais para praticar a Desconstrução, uma série de etapas pelas quais os conceitos de *News Literacy* são aplicados para analisar os componentes de uma reportagem.

O que é ensinado?

Os alunos aplicam os princípios da desconstrução a todas as formas de mídia tradicional, incluindo notícias de vídeo e áudio. Para notícias em vídeo, analisamos uma série de "vencedores" e "pecadores" e como você pode ver a diferença.

Habilidades/Conhecimentos – Potter:

Comparar e contrastar pontos-chave em sua estrutura de conhecimento; avaliar a veracidade das informações nas notícias; avaliar se a história apresenta equidade na apresentação das informações; analisar os sentimentos das pessoas na notícia; colocar-se na posição de diferentes pessoas na história; estender a empatia a outras pessoas citadas na notícia; analisar os elementos artesanais e artísticos da história; comparar e contrastar a arte usada para contar essa história com aquela usada para contar outras histórias; analisar os elementos morais de uma história; avaliar as responsabilidades éticas dos jornalistas na história.

Habilidade – BNCC:

(EF09LP01) analisar o fenômeno da disseminação de notícias falsas nas redes sociais e desenvolver estratégias para reconhecê-las, a partir da verificação/avaliação do veículo, fonte, data e local da publicação, autoria, URL, da análise da formatação, da comparação de diferentes fontes, da consulta a sites de curadoria que atestam a fidedignidade do relato dos fatos e denunciam boatos etc;

(EF09LP02) analisar e comentar a cobertura da imprensa sobre fatos de relevância social, comparando diferentes enfoques por meio do uso de ferramentas de curadoria;

(EF89LP01) analisar os interesses que movem o campo jornalístico, os efeitos das novas tecnologias no campo e as condições que fazem da informação uma mercadoria, de forma a poder desenvolver uma atitude crítica frente aos textos jornalísticos;

(EF08LP02) justificar diferenças ou semelhanças no tratamento dado a uma mesma informação veiculada em textos diferentes, consultando sites e serviços de checadores de fatos.

(EF89LP04) Identificar e avaliar teses/opiniões/posicionamentos explícitos e implícitos, argumentos e contra-argumentos em textos argumentativos do campo (carta de leitor, comentário, artigo de opinião, resenha crítica etc.), posicionando-se frente à questão controversa de forma sustentada.

(EF89LP07) Analisar, em notícias, reportagens e peças publicitárias em várias mídias, os efeitos de sentido devidos ao tratamento e à composição dos elementos nas imagens em movimento, à performance, à montagem feita (ritmo, duração e sincronização entre as linguagens – complementaridades, interferências etc.) e ao ritmo, melodia, instrumentos e sampleamentos das músicas e efeitos sonoros.

Lição 13 - Desconstruindo Novas Mídias

Resumo:

Como as técnicas de desconstrução que foram trabalhadas nos dois últimos módulos podem ser aplicadas à mídia da era digital - de postagens em mídias sociais a vídeos e sites

virais. É analisado também o impacto que o poder e os perigos da mídia da era digital tiveram sobre a política e a busca por informações confiáveis.

Materiais:

Apresentação em powerpoint, vídeos e o “Manual da Desconstrução”, com exemplos de notícias reais para praticar a Desconstrução, uma série de etapas pelas quais os conceitos de *News Literacy* são aplicados para analisar os componentes de uma reportagem.

O que é ensinado?

Os alunos aprendem a reconhecer o poder e avaliar a confiabilidade das postagens e sites de mídia social. Uma lição fundamental: a classificação nos mecanismos de pesquisa não indica necessariamente a confiabilidade de um site ou de uma informação encontrada on-line. O advento do *crowdsourcing* e dos "jornalistas cidadãos" criou novas oportunidades e desafios para os veículos de notícias e consumidores de notícias. Os alunos criam consciência de que, com as ferramentas e técnicas para ajudar a separar as informações confiáveis do boato, notícias reais de notícias falsas, é hora de colocá-las em uso. E não é o suficiente para ser um consumidor de notícias experiente - você precisa aplicar suas habilidades de pensamento crítico a outro papel também - o papel do produtor de notícias. É muito mais fácil fazer notícias falsas que se misturam ao jornalismo legítimo em feeds de mídia social. Considerando que um fornecedor de notícias falsas 30 anos atrás teria que imprimir ou transmitir histórias falsas, agora eles podem criar notícias falsas com facilidade e sem custo.

Habilidades/Conhecimentos – Potter:

Avaliar as responsabilidades éticas dos jornalistas na história.

Habilidade – BNCC:

(EF09LP01) analisar o fenômeno da disseminação de notícias falsas nas redes sociais e desenvolver estratégias para reconhecê-las, a partir da verificação/avaliação do veículo, fonte, data e local da publicação, autoria, URL, da análise da formatação, da comparação de diferentes fontes, da consulta a sites de curadoria que atestam a fidedignidade do relato dos fatos e denunciam boatos etc;

(EF09LP02) analisar e comentar a cobertura da imprensa sobre fatos de relevância social, comparando diferentes enfoques por meio do uso de ferramentas de curadoria;

(EF89LP01) analisar os interesses que movem o campo jornalístico, os efeitos das novas tecnologias no campo e as condições que fazem da informação uma mercadoria, de forma a poder desenvolver uma atitude crítica frente aos textos jornalísticos;

(EF08LP02) justificar diferenças ou semelhanças no tratamento dado a uma mesma informação veiculada em textos diferentes, consultando sites e serviços de checadores de fatos.

(EF89LP04) Identificar e avaliar teses/opiniões/posicionamentos explícitos e implícitos, argumentos e contra-argumentos em textos argumentativos do campo (carta de leitor, comentário, artigo de opinião, resenha crítica etc.), posicionando-se frente à questão controversa de forma sustentada.

(EF89LP07) Analisar, em notícias, reportagens e peças publicitárias em várias mídias, os efeitos de sentido devidos ao tratamento e à composição dos elementos nas imagens em movimento, à performance, à montagem feita (ritmo, duração e sincronização entre as linguagens – complementaridades, interferências etc.) e ao ritmo, melodia, instrumentos e sampleamentos das músicas e efeitos sonoros.

Após olhar para os conteúdos do curso *The Course Pack* e relacioná-los com o aprimoramento de habilidades de *news literacy*, seguindo os parâmetros da BNCC e de Potter (2014), é possível concluir que o curso responde satisfatoriamente às necessidades teóricas de formação de um estudante mais crítico no consumo de notícias. Das 42 habilidades apontadas pela BNCC a serem trabalhadas no campo de atuação jornalístico-midiático, no componente de Língua Portuguesa, os módulos do *The Course Pack* são capazes de cobrir 18 habilidades de forma direta. Isso porque o campo da BNCC mescla temas jornalísticos com conhecimento específicos de outras áreas, como a publicidade. Além disso, alguns tópicos se relacionam com atividades práticas, como produção de artigos, programas de TV, entrevistas, jornal-laboratório, que também podem ser aplicadas aos conteúdos mais teóricos do *The Course Pack,* em um contexto mais amplo de *media literacy*. Os parâmetros de Potter (2014) são cumpridos integralmente pelo curso do *Center for News Literacy*, principalmente as habilidades que se relacionam ao processo de compreensão do processo de produção de uma notícia e os sujeitos envolvidos nesse ecossistema.

4.3 ANÁLISES E DISCUSSÕES

Após o estudo de caso mostrar que o curso de *news literacy* pode atender às demandas de formação de um aluno crítico para o consumo de notícias, tanto nas indicações da BNCC quanto dos parâmetros de Potter (2014), a pesquisa se desdobra para o olhar dos entrevistados sobre pontos relacionados à aplicabilidade do currículo nas escolas de educação básica no Brasil.

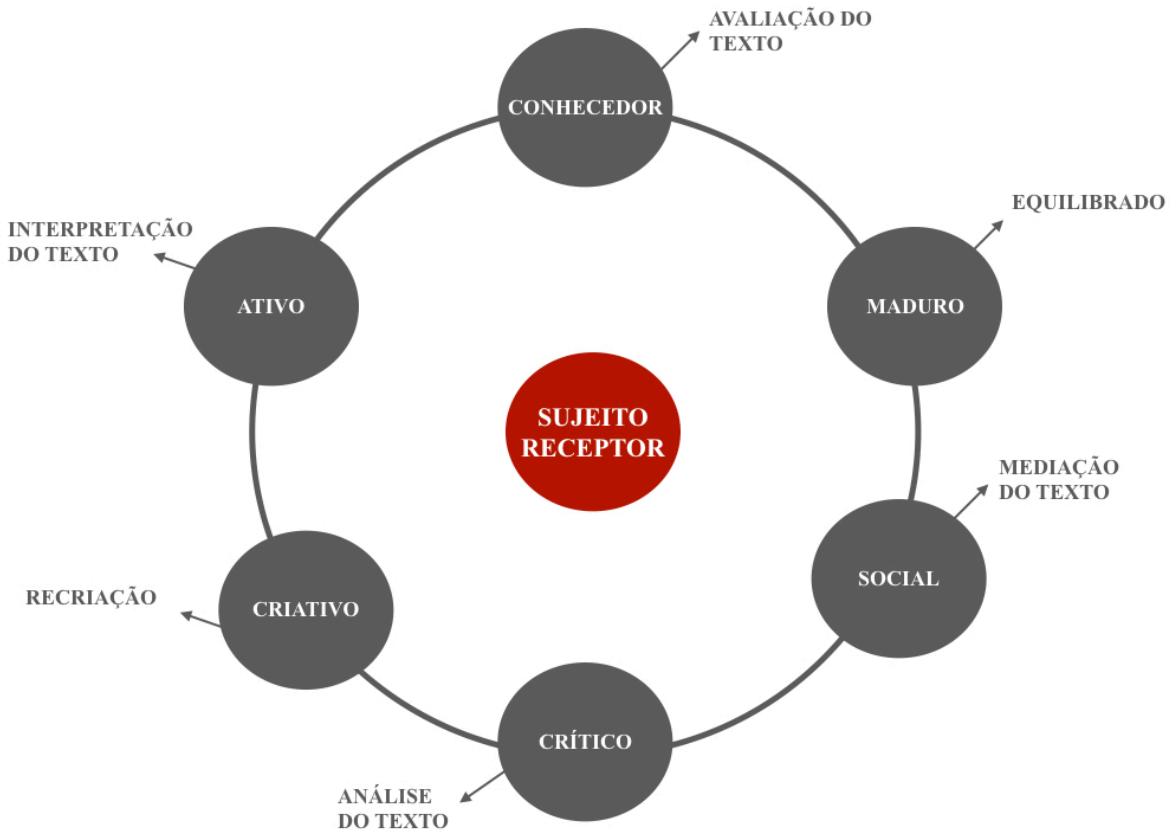
- **Pertinência do currículo de *news literacy* na formação de um aluno crítico**

Paulo Freire enxerga na comunicação uma busca por compartilhamento de sentidos, num processo que deve fugir da conotação mecanicista, implícita na ação de levar, de transferir, de entregar, de depositar algo em alguém. Esta visão transmissiva da comunicação presente tanto nas teorias pedagógicas como nas teorias comunicativas mais conservadoras, transformaria o saber 'vivo' em saber 'morto'. Comunicação, para Freire, é caminho para a ação (FREIRE, 2010; CHAVES, 2018). A desordem informacional impõe diversos desafios à educação, como a preparação de um professor educomunicador, em uma dimensão formadora – e indissociável – do seu ofício.

> O fenômeno das *fake news* provavelmente nos aponta para a falência dos nossos sistemas comunicativos e, principalmente, da nossa compreensão do que seja comunicação. E também nos indica que o caminho da educação tenha que ser reorientado. Somos capazes de ler a palavra, mas não exercitamos a leitura do mundo. [...]entra-se em um universo no qual os conceitos de jornalismo, notícia, informação etc. estão em jogo, mas a articulação entre eles e a inserção em uma realidade sociocultural mais ampla também deve ser levada em conta. (CHAVES, 2018, p. 86).

Rodrigo Ratier (2019), professor de jornalismo, alerta para a importância de se definir as palavras, principalmente quando se busca a formação de um aluno crítico. Ele cita Terrero (2001, p. 62), que defende que as metodologias de avaliação do aprendizado em iniciativas de *media literacy* pecam quando buscam "o sujeito ideal da educação para os meios em todas as suas dimensões". Nesta perspectiva, o que se pode considerar como evidência de que alguém tenha um pensamento crítico? Em geral, "um sujeito é um ser consciente [...] um indivíduo que sente que é um agente, que atua livremente segundo os ditados de seu ego coerente. O sujeito é o sentido construído do indivíduo em uma rede de relações sociais", e este perfil crítico estaria, segundo Terrero (2001), caracterizado por uma teoria integrativa de seis dimensões interconectadas, conforme figura abaixo:

Figura 5 - Teoria Integrativa da Audiência



Fonte: TERRERO, 2001, p. 68

Nesta lógica, fazendo paralelos com o curso de *News Literacy* e as habilidades trabalhadas pela BNCC e por Potter (2014), o ser ativo faz comparações com o seu próprio contexto, sua identidade, referências culturais e sociais. Um estudante que têm consciência do processo de produção da notícia, opta por uma dieta informativa plural, que abarque diversos posicionamentos e visões de mundo. Assim, emprestando a definição de Terrero (2001, p. 69), este sujeito é um "recoletor textual", um consumidor de notícias nômade, que "cruza terras de outros". Potter (2014) afirma que este leitor precisa ter iniciativa, e pesquisar o contexto por si mesmo quando perceber que a reportagem não oferece esse cenário. O crítico conhecedor se coloca em nível de igualdade com a mídia, e esta é uma dimensão cognitiva exige novas intuições e compreensões, pois é crucial para outros níveis de aprendizado. Especificamente em *media literacy*, Terrero sugere:

> 1)Como ler palavras, imagens e sons com seus códigos. 2) Como compreender o processo de produção de mensagens e signos. 3) Como descobrir e interpretar os significados ocultos. 4) Como identificar a quem vai dirigida a mensagem e o que pretende. 5) Manusear catálogos, manuais, perguntas e conceitos-chave. 6) A história dos meios massivos. 7) A estrutura dos sistemas dos meios. 8) Os objetivos e interesses políticos, ideológicos, econômicos e pessoais de proprietários, produtores,

> atores, publicistas, etc. 9) Ajudar a criança a entender a diferença entre ficção e realidade. (TERRERO, 2001, p. 70).

Dentre as sub dimensões do crítico conhecedor, destaca-se o reflexivo/metacognitivo, em que é preciso observar o processo utilizado para se chegar ao objeto. Este é um ponto fundamental no currículo de *news literacy*, ao reconhecer o caminho percorrido por um jornalista para apurar, checar e publicar uma notícia – e o contexto que se relaciona com o fato – o leitor se habilita para formar uma opinião e até mesmo cobrar dos veículos um trabalho mais qualificado na cobertura de notícias, e disseminar conteúdos com mais responsabilidade e consciência.

A dimensão relacionada à maturidade se refere à construção da identidade das crianças, que ainda são influenciadas pela família, professores e amigos na relação com a mídia – e o consumo com as notícias, como o próprio estudo do *Common Sense Media*, já citado nesta dissertação, reitera. Neste ponto, é importante alinhar o conteúdo ensinado com a idade e o discernimento do estudante para assimilar o conhecimento, e começar a criar confiança para entender as notícias de acordo com suas próprias crenças.

A dimensão social, que está ligada às relações que o estudante estabelece com o outro, deixando sua natureza egoísta para fazer parte de grupos e comunidades, é fundamental na formação de um consumidor crítico de notícias. Quando se torna consciente das mediações sociais, o sujeito comenta o que viu, leu ou ouviu com outros na casa, na escola, e "talvez possa mudar a interpretação que tinha feito por conta própria, criando uma nova" (TERRERO, 2001, p. 72). Então, ele compreende como pode influir em outros, e como outros podem influir nele próprio, e esta percepção o leva a conhecer por que tal pessoa ou organização interpreta a notícia daquela forma, que pode ser bem diferente do que ele entende. Neste emaranhado, o estudante passa a se perguntar em quem, ou no que, confiar. Por isso, é importante que ele esteja pronto para descontruir uma notícia, em que os conceitos do *news literacy* são utilizados para analisar e julgar a confiabilidade de uma reportagem, de forma racional.

Ao chegar na dimensão crítica, o estudante, como sujeito ativo, teve contato com uma informação, seja na TV, no rádio, nas redes sociais. Para entendê-la, ele precisou usar seu conhecimento técnico, lidou com sua identidade pessoal e as dimensões sociais. Nesta quinta etapa, a mensagem é novamente analisada e confrontada com a própria cultura, valores e significados. Terrero (2001, p. 73) afirma que "quanto maior for a identificação cultural e ética do receptor, mais crítico chegará a ser quando estiver a frente de um texto que seja o oposto aos seus valores". O estudante crítico precisa refletir e entender que as notícias não são janelas para o mundo, mas apenas construções influenciadas por muitas mediações. Exigência que dialoga

com uma das habilidades esperadas pela BNCC, que espera que o aluno analise os interesses que movem o campo jornalístico, os efeitos das novas tecnologias no campo e as condições que fazem da informação uma mercadoria, de forma a poder desenvolver uma atitude crítica frente aos textos jornalísticos.

Por último, a dimensão criativa permite aos jovens utilizar a mídia para a "recriação simbólica e para expressões de sua astúcia cultural partilhada" (TERRERO, 2001, p. 74).

Ao olhar para as dimensões de um sujeito crítico definidas por Terrero (2001) e a posição de Levitin (2016), que encara o pensamento crítico como uma posição em que tentamos distinguir entre afirmações com evidência e aquelas sem, percebe-se os esforços do *The Course Pack* estão de acordo com esse objetivo, ao reforçar em todos os módulos a linha tênue entre o jornalismo e os seus vizinhos de informação, como a publicidade, incentivando o estudante a refletir sobre a responsabilidade dos atores no processo de produção de notícias. O cuidado aqui é para limitar o impacto, e não criar expectativas de que, com essa formação, o jovem vai crescer completamente consciente e apto a não ser enganado ou confundido pela propaganda, por exemplo, que utiliza outros elementos de persuasão com o consumidor. Esta clareza, destacada por Ratier (2019) é importante para criar delimitações sobre quais são os limites de formação de um curso de *news literacy.*

- **Aplicabilidade do curso em sala de aula**

A aplicação do conteúdo de *news literacy* não está restrita ao universo estudante-professor. Prepará-los criticamente para o consumo de notícias é um esforço para que sejam multiplicadores e levem esse conhecimento para além da sala da aula. Buckingham (2015) entende o trabalho mais amplo de *media literacy* como uma habilidade ou forma de competência que se estende às famílias, às pessoas que trabalham nas indústrias de mídia e às ONGs. Uma iniciativa sobre criatividade, cidadania, capacitação, inclusão, personalização, inovação, pensamento crítico, que vem de cima para baixo, mas também de baixo para cima. O exercício desta pesquisa, que analisou um curso de *news literacy* voltado à realidade norte-americana, é apenas um passo inicial na discussão do que seria um projeto educativo nesta área. Sabe-se que o contexto local é fundamental para a construção desse projeto, portanto uma das primeiras iniciativas seria adaptar os conteúdos para as necessidades do Brasil e à educação integral que começa a ser implementada em muitas escolas no país.

A BNCC define a educação integral como um princípio norteador para a formação e o desenvolvimento global dos estudantes, compreendendo "a complexidade e a não linearidade

desse desenvolvimento, rompendo com visões reducionistas que privilegiam ou a dimensão intelectual (cognitiva) ou a dimensão afetiva" (MEC, 2017, p. 14). Neste paradigma educacional, são considerados três elementos estruturantes: i) visão do estudante: na posição de sujeito de aprendizagem, a educação precisa ser voltada ao seu acolhimento, reconhecimento e desenvolvimento pleno, em suas singularidades e diversidades; ii) desenvolvimento pleno: segundo o documento:

> [...] no novo cenário mundial, reconhecer-se em seu contexto histórico e cultural, comunicar-se, ser criativo, analítico-crítico, participativo, aberto ao novo, colaborativo, resiliente, produtivo e responsável requer muito mais do que o acúmulo de informações. Requer o desenvolvimento de competências para aprender a aprender, **saber lidar com a informação cada vez mais disponível**, **atuar com discernimento e responsabilidade nos contextos das culturas digitais**, aplicar conhecimentos para resolver problemas, ter autonomia para tomar decisões, ser proativo para identificar os dados de uma situação e buscar soluções, conviver e aprender com as diferenças e as diversidades. (MEC, 2017, p. 14, grifo nosso).

Para completar, iii) integração curricular: uma educação sem fragmentação radical dos componentes curriculares e que tenha sentido para o estudante, levando-o ao protagonismo de sua aprendizagem. Para a educadora Silvia Helena Andrade (2019), embarca nessa dimensão, integral e integradora da educação, a preocupação com o desenvolvimento do pensamento crítico e a tomada de consciência ética dos alunos, numa perspectiva de definição de qual indivíduo queremos formar e para qual sociedade. Saber ler e interpretar o que está nas entrelinhas de uma notícia, pesquisar a fonte, identificar posições ideológicas presentes, desenvolver a linguagem argumentativa, são habilidades necessárias na formação de cidadãos compromissados socialmente. Iniciativas de prevenção a manipulação de informações são bem-vinda em qualquer contexto, e no educacional elas são obrigatórias.

José Luís Marques López Landeira (2019), um dos redatores do componente de Língua Portuguesa da BNCC (2016/2017) enxerga com cautela a inserção de mais um conteúdo na grade curricular. Acredita muito mais na "construção de uma atitude que reflita um novo currículo e uma nova metodologia que parta do que se tem para o que se deseja, com os passos bem definidos e com a estrutura necessária (cultural, metodológica e física) para isso".

Complementa que mais uma teoria ou um conteúdo programático seria apenas um peso no currículo se não for pensada boa e séria estrutura com olhar voltado para as diferentes articulações no processo de literacia, como alfabetização, relações sociais com a leitura, relações linguísticas e semióticas e o papel da comunidade educativa no fazer pedagógico.

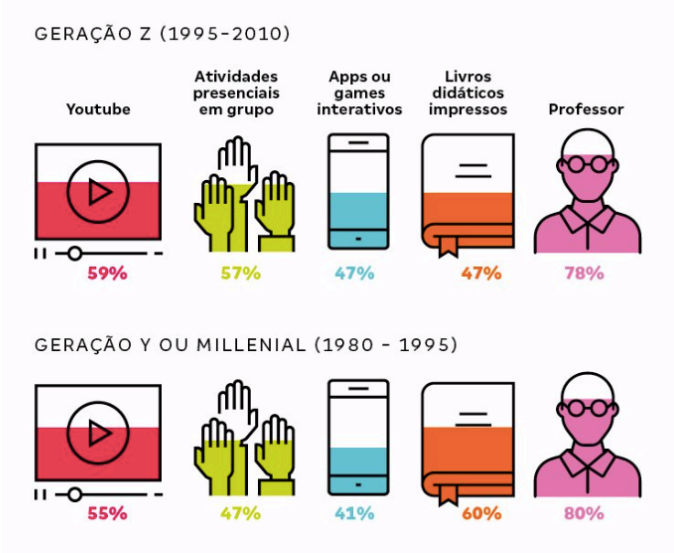
> Por outro lado, esses elementos são um plural complexo que trabalha (ou deve trabalhar) solidariamente: então tudo de novo que se colocar nessa equação deve ser visto com cautela, para que promova efetiva mudança. Trocar o "sublinhe o adjetivo" por um "sublinhe a lide" não me parece realmente eficiente. Sem clareza de aonde se

> quer chegar, teorias e novidades podem apenas sobrecarregar ou fazer que um seis se torne simplesmente meia dúzia. (LANDEIRA, 2019).

O professor reconhece que o texto jornalístico e as várias manifestações das novas linguagens fazem parte do novo e precisam ser trazidos para a sala de aula, mas esse espaço de intersemioticidade depende da vivência da realidade comunicativa "de uma perspectiva que não dissocie a prática social real da análise em perspectiva científica promovida pela escola". Essa posição dialoga com a crença de Hobbs (2016), ao vincular a efetividade de *news literacy* à prática e à realidade vivida pelo estudante.

Este é um alerta fundamental, pois a compreensão de alguns temas passa, obrigatoriamente, por teorias. Por exemplo, a teoria da exposição seletiva é uma das hipóteses utilizadas para explicar porque a mente humana tem predisposição para escolher informações alinhadas às crenças, atitudes e comportamentos. Com isso, o estudante entende que a desordem informacional é um fenômeno complexo não pode ser solucionada apenas com um curso na escola. Paganotti (2019) sugere, como inspiração, os conteúdos produzidos pelo *Crash Course* (PATREON, 2006), no Youtube. Com mais de oito milhões de inscritos, o canal explica temas difíceis em vídeos simples, com uma linguagem acessível e esclarecedora. Diante de assuntos densos, o vídeo é uma ferramenta primordial para auxiliar o professor no processo de aprendizagem. Conduzida pela Pearson, a pesquisa *Beyond Millenials: the next generation of learners* (PEARSON, 2018), revelou os métodos favoritos de aprendizagem da Geração Z (nascidos entre 1995 e 2010). A imagem abaixo revela que 59% quer estudar com a ajuda do YouTube.

Figura 6 - O método preferido de cada geração



Fonte: OLIVEIRA, 2018

O currículo de *news literacy* do *Center for News Literacy* inspirou iniciativas na Rússia, conforme citado por Hornik (2019). Dentre as estratégias para aplicar o curso como uma disciplina em universidades, optou-se por sessões de treinamento, jogos, discussões, análises e estudos de caso. Os alunos escolhem exemplos nos meios de comunicação russos e estrangeiros sobre cada tópico proposto pelos professores. O jogo *Broken Telephone* é um dos exercícios favoritos dos estudantes. Na dinâmica, um dos grupos ouve uma história (detalhadamente, indicando nomes e as posições das pessoas envolvidas, nomes geográficos, etc.) de tal forma que os outros não possam ouvi-la. Então o primeiro grupo reconta a história para o segundo grupo, o segundo reconta para o terceiro e assim por diante. Finalmente, o último grupo conta a história, tentando informar o público sobre o que realmente aconteceu, respondendo às perguntas clássicas: "Quem? O quê? Onde? Quando? Por quê? Como?" O resultado é que a história do último grupo é completamente diferente da original. Os alunos percebem que é necessário procurar por fontes primárias e que, quando usam fontes secundárias, não apenas os detalhes são perdidos, mas também o significado. Para piorar as coisas, erros grosseiros e interpretações frívolas também se acumulam à medida que a história é compartilhada (KOLCHINA, 2017).

De acordo com Richard Hornik (2019), diretor do *Center for News Literacy*, as principais atividades de ensino fundamental e médio se concentram em Hong Kong, Vietnã, Rússia e Polônia. Ele acredita que os conceitos do *news literacy* podem ser ensinados em uma ampla variedade de ambientes socioculturais, políticos e econômicos. “A recomendação é de que os educadores que procuram usar a nossa abordagem, devam localizar o currículo usando exemplos relevantes para as experiências de vida dos alunos - reconhecidamente uma tarefa difícil”.

- **Formação do professor**

Outro ponto de atenção para a aplicabilidade de um curso de *news literacy* é a necessidade de investimento na formação de professores. “Instrumentalizá-los para o desenvolvimento desse trabalho é fundamental”, afirma Andrade (2019). Ratier (2019) acredita que, na formação inicial, é muito difícil que você tenha um professor de língua portuguesa preparado para levar o tema para a sala de aula. “O estudo do gênero jornalístico dentro do gênero informativo, já é novo, imagina a discussão sobre *fake news* e desinformação”, destaca. “Não é só falar, é sugerir didática, encadeando currículos, não vejo nem o corpo técnico das

secretarias municipais e estaduais de educação, nem fornecedores externos preparados para fazer a formação do professor de língua portuguesa neste campo", completa. O professor sugere, inclusive, que profissionais de comunicação, como o próprio jornalista, sejam capacitados com técnicas de didática para auxiliaram os professores em sala de aula.

> Minha experiência sugere que o jornalista não é professor. Todas as experiências que eu tive de aula, precisei ir trocando o pneu com o carro andando. Como política pública isso não funciona. Seria legal pensar em licenciatura, uma complementação pedagógica para a galera de comunicação. Um incentivo governamental via instituições públicas para jornalistas, para ampliar, conjugar conhecimentos sobre comunicação e conhecimentos que se obtém sobre licenciatura. (RATIER, 2019).

José Luis Landeira (2019) enxerga na maior parte dos educadores uma atitude centrada no "dar nota alta para o certo e punir o errado". E ao introduzir novas perspectivas curriculares, mantendo a mesma atitude, o que se tem é uma translação que nada muda.

> Fica agora desde o "classifique os adjetivos da notícia a seguir" ou "quais as partes essenciais de uma reportagem", mas a formação leitora, efetivamente, fica de lado. As estratégias de leitura e de relação social com o texto não chegam, de fato, à práxis do educador (e não apenas do professor de língua portuguesa).

- **Avaliação e relação com outras disciplinas**

No tópico avaliação, Andrade (2019) aponta que, dentro de uma concepção de avaliação processual, a elaboração de um portfólio, documentando etapas do projeto, é uma opção. A elaboração de um instrumento de autoavaliação, fazendo com que o aluno avalie sua forma de pensar e seus progressos a partir da análise de suas produções é outra alternativa. Uma forma não exclui a outra e as duas são válidas. Formas tradicionais de avaliação também cabem. Nesse modelo, o aluno pode analisar algumas notícias ou até mesmo criar uma notícia de acordo com os tópicos aprendidos. Considerando o conteúdo de *news literacy* multidisciplinar, a educadora enxerga uma conciliação natural com outras áreas.

> Em História, a compreensão do contexto atual parte da análise dos documentos históricos. As notícias são documentos históricos riquíssimos que permitem um trabalho dentro dessa proposta. Em Matemática, a análise de gráficos e tabelas constituem, ao meu ver, um bom cardápio de trabalho integrado ao conteúdo teórico pelo eixo "tratamento da informação". Enfim, existe uma possibilidade concreta de elaboração de um bom projeto interdisciplinar trabalhando notícias da atualidade, compatível com as séries finais do Ensino Fundamental e Ensino Médio. Vale ressaltar que as aprendizagens estão embasadas no desenvolvimento de habilidades. Os conteúdos são desenvolvidos por habilidades. Portanto, o tema pode ser desenvolvido em várias componentes. O fato de estar completamente integrado ao componente Língua Portuguesa, o trabalho com os demais não deve ser desconsiderado. (ANDRADE, 2019).

Sobre a integração do currículo de *news literacy* com outras disciplinas, Andrade (2019) acredita que as possibilidades são infinitas.

> Numa ação interdisciplinar, professores de História, Sociologia e Português teriam a oportunidade de desenvolver um projeto maravilhoso. Existem conteúdos em Matemática e Geografia compatíveis com o desenvolvimento do tema. Enfatizo a necessidade de investimento na formação de professores. Instrumentalizá-los para o desenvolvimento desse trabalho é fundamental. (ANDRADE, 2019).

- **Experiências com o tema de *media literacy* ou *news literacy***

Paganotti (2019) vivencia essa experiência em sala de aula, com as turmas de Ensino Médio do Colégio Stokler, em São Paulo. Professor do curso de Jornalismo e Atualidades, que faz parte do currículo da escola há quase vinte anos, ele conta sobre a integração com outras disciplinas, e como as habilidades jornalísticas apoiam a compreensão dos estudantes sobre temas da atualidade.

> Minhas aulas têm relação com história, física, história, são multidisciplinares. [...] esses conhecimentos não ficam separados em caixinhas diferentes [...] Eles precisam ver a conexão com as outras áreas. O que aconteceu, por que aconteceu, quais os impactos possíveis, o que eu tenho a ver com isso. Quando a gente fala de jornalismo, estamos falando dos mecanismos de produção, eles têm que entender o que é uma rede social, como as notícias chegam nas redes sociais, quais são os critérios de noticiabilidade, os efeitos posteriores. Se vou falar de um tema, vou trazer textos da Veja e da Carta Capital, para mostrar como a linha editorial é diferente em algumas questões. Pego uma revista há quinze anos e discuto como a linha editorial pode mudar. É a discussão de temas atuais, mas a discussão também é focada na parte de jornalismo. Seguindo a lógica do Buckingham, que para você ter *media education*, você precisa conhecer os meios de produção e também ser um produtor crítico, tem que consumir e produzir criticamente. (PAGANOTTI, 2019).

Ratier (2019), que foi o precursor do curso no Colégio Stokler, cita outra experiência de *media literacy*, no Projeto Redigir, há 20 anos. O trabalho pedagógico englobava recepção e produção, com rodas de debate e espaços para discussão, em que o estudante era o protagonismo da aprendizagem. Sobre a aplicabilidade dessa experiência na educação básica, de forma ampla, Ratier acredita que a instituição precisa comprar o projeto, que deve estar entranhado na política da escola, e não apenas a cargo de um professor idealista. Ratier cita como um bom exemplo de trabalho robusto na área de *media literacy* o projeto Imprensa Jovem (IMPRENSA JOVEM, s/d), da Secretaria Estadual de Educação do Estado de São Paulo, que trabalha com a produção de jornal, rádio, blog, redes sociais, TV, revista, fotografia e outros meios audiovisuais pelos próprios estudantes. De acordo com dados da pasta, atualmente, 2,5 mil estudantes da rede desenvolvem 280 projetos nas escolas no âmbito do Imprensa Jovem.

Outro bom exemplo é programa *PBS NewsHour Student Reporting Labs*, uma parceria entre professores e a emissora pública americana, que conecta alunos do ensino fundamental e médio à PBS local, em que os jovens têm a oportunidade de relatar questões críticas da comunidade considerando seus pontos de vista. Hobbs (2016) reforça que os benefícios vão

muito além carreira, educação técnica e profissional. O trabalho ajuda os estudantes a desenvolver importantes competências para o sucesso futuro: curiosidade intelectual, ou a capacidade de "aprender como aprender". A lógica na proposta de Hobbs é aliar teoria à prática, com atividades de produção de vídeo para apoiar o desenvolvimento de competências-chave de alfabetização. Ao relatar porque a notícia é uma forma de poder, os alunos aprendem as normas e convenções da transmissão jornalística.

> Quando os alunos aprendem a ativar sua voz, usando linguagem, imagens e sons para contar uma história, eles também desenvolvem importantes habilidades sociais e interpessoais. Eles aprendem a conversar com pessoas que não conhecem, fazem boas perguntas e explicam ideias complexas com clareza e precisão. Quando os professores usam a composição jornalística em sala de aula, o trabalho tem credibilidade e autoridade que vem de sua óbvia relevância para a comunidade, regional e nacional problemas. Os alunos são incentivados a ter curiosidade intelectual, desenvolver estratégias para encontrar e usar informações e usar a criatividade para expressar o que aprendem. (HOBBS, 2016, p. 71).

Como limitações da experiência, Hobbs aponta a falta de um desenho experimental e do controle de grupo. Os alunos não podiam ser aleatoriamente designados para condição e era possível reunir dados apenas de alunos que participaram do programa de *news literacy*. Além disso, os alunos optaram por se inscrever no programa e o viés de seleção pode ter afetado resultados. Apenas uma experiência verdadeira, onde os alunos são aleatoriamente designados para participar poderia demonstrar que o programa educacional causou importantes melhorias nas habilidades de comunicação, habilidades técnicas, curiosidade intelectual, recebendo feedback e confiança na autoexpressão. Esta observação é pertinente, pois iniciativas de *news literacy* no Brasil são pontuais, e atraem escolas que acreditam no projeto, e que disponibilizam cursos extracurriculares para alunos com predisposição para participar das aulas. Essa seleção natural acaba restringindo o alcance do projeto, em um cenário de desordem informacional que atinge todos.

Este é um dos grandes desafios da aplicação do curso em grande escala. Como envolver o maior número possível de estudantes em um projeto nacional, pensando em escolas públicas, por exemplo? A BNCC traz diretrizes, mas um trabalho abrangente é quase inviável, considerando as precárias condições da educação em nosso país. Mas, como começar?

Além dos projetos que já são realizados e liderados por instituições como a Nova Escola, o Vaza Falsiane, o Joca, e iniciativas pontuais de organizações não-governamentais, percebe-se que no Brasil, os grandes grupos de mídia se envolvem pouco nesse tema. Recentemente, os jornais *The Times* e *The Sunday Times* (*NEWS ACADEMY*, s/d), do Reino Unido, anunciaram uma parceria para trabalhar juntos em projetos de *media literacy* nas escolas. Seguindo histórias reais, pesquisas e investigações dos principais jornalistas dos dois veículos, os estudantes

aprenderão como navegar e pensar criticamente sobre as notícias que consomem e sobre quais fontes devem ganhar sua confiança. O programa é gratuito para todas as escolas de educação básica.

A BBC institucionalizou, há mais de dez anos, diversas iniciativas de *media literacy* voltadas para os estudantes do Reino Unido. Um dos mais ambiciosos programas permite que milhares de estudantes de 11 a 18 anos de mais de 700 escolas e faculdades aprendam sobre a prática do jornalismo e produção de notícias. As crianças e jovens produzem notícias de rádio e televisão sobre suas comunidades, que são transmitidas local e nacionalmente. A missão é envolve-los com notícias, trazer suas vozes e histórias ao público e compartilhar alguns dos valores do serviço público por trás da criação de conteúdo, como justiça, precisão e imparcialidade, já que muitos jovens são criadores de conteúdo e distribuidores.

Para participar, escolas e faculdades preenchem um formulário disponível no site do projeto. A BBC cita como benefícios para escolas e alunos: eventos e treinamentos, workshops de criação de conteúdo, mentores profissionais da mídia, além da oportunidade da veiculação das matérias. O *School Report* é uma parceria entre a BBC News, a BBC Academy, a BBC Childrens e a BBC Sport. Como parte do projeto, a BBC Academy oferece treinamento e recursos on-line para escolas e jovens, e centenas de funcionários da BBC são voluntários para orientar os estudantes a compartilhar habilidades e conhecimentos. O site do projeto oferece uma variedade de materiais de *news literacy*. Destaque para o E*vidence Toolkit,* um programa de software que utiliza Inteligência Artificial destinado a ajudar os jovens de 16 a 18 anos a melhorar seu pensamento crítico ao analisar notícias. O *Evidence Toolkit* foi desenvolvido pelo *Center for Argument Technology* da University of Dundee em parceria com o programa *Moral Maze* da BBC Radio 4 e o BBC School Report. O software, chamado Taster, contém uma série de artigos pré-selecionados - tanto de notícias quanto de opinião editorial - representando diferentes orientações políticas e temáticas. Como apoio pedagógico aos professores, foram preparados planos de aula foram para ajudar os professores a incentivar os alunos a fazer perguntas sobre o contexto e o conteúdo dos artigos e das notícias.

De acordo com o Professor Chris Reed, da Dundee University, o Taster foi projetado para equipar os estudantes com ferramentas que ajudem a dissecar notícias e descobrir o que realmente está acontecendo no mundo.

> Estamos focando em um ângulo diferente e perspicaz [para combater *fake news*] - buscando o conteúdo real de uma notícia. Olhar para as alegações e evidências e, crucialmente, como elas estão conectadas, e analisar o quanto uma notícia apresenta uma avaliação imparcial e equilibrada, formas de investigar as notícias. Selecionamos cuidadosamente artigos de notícias recentes e os separamos para mostrar as muitas maneiras pelas quais evidências, afirmações e objeções se juntam em uma história

> coerente. Cada artigo é apresentado como uma série de desafios para o usuário: onde está a afirmação? Que tipo de evidência é fornecida? Esta evidência está funcionando? As visões alternativas são consideradas? Muitas das ideias e habilidades são bastante escorregadias, então usamos uma série de ilustrações do Moral Maze da Rádio 4 mostrando como os especialistas colocam os conceitos para trabalhar em situações reais. O desafio que estamos enfrentando é de como ajudar os jovens, em particular, a lidar com um mundo em que notícias falsas e reportagens tendenciosas são cada vez mais comuns. É, em parte, passar por um conjunto de habilidades exigentes e, em parte, por fazê-lo de maneira atraente. Portanto, as grandes questões para esta implementação do Taster são se podemos desenvolver as habilidades e se podemos fazê-lo de uma forma ainda divertida. (BBC, 2018).

Nos Estados Unidos, destaque para os projetos *Learning Network* (*THE NEW YORK TIMES*, 2019), do *The New York Times*; e *Newspaper in Education* (*WASHINGTON POST*, s/d), do *The Washington Post*, que fornecem recursos curriculares em torno da credibilidade da informação, uso de evidências e produção de notícias. O *New York Times* também organiza concursos e oferece cursos conduzidos por editores e repórteres. O jornal El País desenvolveu um programa gratuito chamado *El País de los Estudiantes* (*ESTUDIANTES*, s/d), com o objetivo aproximar o jornalismo das escolas e incentivar a produção de jornais em sala de aula. Escolas podem participar da iniciativa registrando uma equipe que participa de concursos e concorre a prêmios; ou por meio do uso do material como um recurso educacional complementar às aulas e como parte de um projeto transversal entre vários professores.

Ao comentar as iniciativas de *news literacy* na Argentina, Morduchowicz (2017) defende que o curso é uma oportunidade de inclusão. Um cidadão bem informado é capaz de participar ativamente do processo democrático. A pesquisadora defende que estas competências são fundamentais para formar um sujeito que saiba interpretar notícias dentro de um contexto, compreendendo o impacto social, econômico e político do que é disseminado. Munido desse conhecimento, ele aprende a ler textos e discursos de forma reflexiva, gera novos conteúdos e participa ativamente da comunidade. No país, as ações de *news literacy* têm como principais objetivos: 1) treinamento de professores; 2) ações especiais em escolas, como festivais promovendo o uso criativo das notícias e 3) projetos para a comunidade, com foco nas famílias, para habilitá-las e prepará-las para um consumo consciente de notícias. Um dos exemplos citados por Morduchowicz é o *Press Freedom Day*, em que todos os jornais argentinos publicam uma página inteira com atividades que pais e professores podem fazer com jovens para entender o valor da informação gratuita e a importância de ler as notícias de um modo reflexivo. Esta iniciativa reforça a compreensão crítica da informação e do papel de uma imprensa livre em uma sociedade democrática.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após um mergulho de dois anos neste tema, infelizmente a perspectiva é de que o cenário de desordem informacional deva ganhar ainda mais força nos próximos anos. Considerando o avanço da tecnologia, a polarização extrema entre grupos que pensam diferente e utilizam redes sociais para disseminar ódio com mensagens enganosas, e a inércia de muitos governos em cortar as raízes do problema, testemunharemos outros processos eleitorais sendo manchados por campanhas de desinformação. Ou pior ainda, assistiremos aos casos extremos de linchamentos sendo provocados por boatos, que encontram em plataformas como o WhatsApp um canal fértil para uma propagação rápida e descontrolada. Alastrar mentiras se mostrou uma ferramenta poderosa para criar pânico e medo, e não é à toa que a estratégia vem sendo utilizada há séculos para manipular as pessoas e conduzi-las a um comportamento desejado: seja ele um voto, uma rebelião ou a condenação e perseguição de minorias. O tema é complexo, e o que se vê é uma busca frenética por soluções que se adequem à cultura e às necessidades de cada país.

A esperança no fim do túnel para combater o caos informacional está centrada em alguns pilares: um jornalismo imbuído da missão de dedicar tempo, empenho e investimento a contextualizar a informação, fazer com que ela chegue ao público e que nele repercuta da forma correta; um programa educacional efetivo de *media* e *news literacy* para todos os níveis educacionais; união de diversos atores – sociedade, academia, grupos de mídia e tecnologia e o governo, em prol de iniciativas contundentes para enfrentar o cenário de desinformação. Os desafios são muitos. Espera-se que própria audiência refute conteúdo enganoso, compreendendo o processo de produção jornalística e, assim, se tornando um consumidor de notícias responsável e que confia em veículos de comunicação imbuídos da missão de informar com credibilidade e precisão. Mas o momento gera tensão nos jornalistas profissionais e os leva a se aventurar além de suas "casas" institucionais, deixando o cenário ainda mais nebuloso. Para enfrentar a desordem informacional, o jornalismo profissional deve assumir o papel de guardião da credibilidade e deixar transparente os métodos de apuração para que os leitores entendam como o caminho percorrido para chegar até aquela informação. Na era da pós-verdade, em que fatos objetivos são menos relevantes que emoções e crenças pessoais, o jornalismo precisa apostar na sua essência: criar impacto, amplificar vozes e conquistar uma audiência que, como mostram pesquisas citadas nessa dissertação, estão cada mais vez mais desconfiadas do que é produzido pela mídia.

Mas, definitivamente, este papel não é somente do jornalismo. O problema está intimamente relacionado em tornar as pessoas mais críticas, principalmente na internet. Temos muito o que aprender na caminhada rumo ao trabalho de *media literacy – e news literacy.* Mas como esta pesquisa mostrou, não faltam bons exemplos de organizações não-governamentais, governos e iniciativa privada que já conseguiram colher bons resultados com um trabalho planejado e atento ao impacto gerado. Em Portugal, a educação midiática é um assunto antigo. O Ministério da Educação português, por exemplo, investiu, na década de 1990, na criação de uma rede de bibliotecas escolares com jornais e atividades sobre o que os portugueses chamam de literacia mediática. Por isso, o país é considerado uma referência internacional na área, chamando a atenção do governo brasileiro, que levou uma comissão do MEC, em 2018 (CISCATI, 2018), para participar de um congresso sobre educação midiática na Universidade de Coimbra. De acordo com informações veiculadas na mídia, o objetivo da visita foi conhecer a experiência portuguesa para tentar apoiar professores e escolas no Brasil a incorporar às aulas questões relativas ao tema.

A prática generalizada de criar, curar e disseminar conteúdo que alcança cada vez mais grandes audiências, inspira continuamente os indivíduos a produzir seus conteúdos, compartilhar com amigos e escolher em que, e no que, confiar. Esta prática é positiva, mas afeta a transmissão de conhecimento de alta qualidade que o público considera relevante no contexto político, social ou qualquer outro contexto essencial. *News literacy* envolve a capacidade de buscar e filtrar informações relevantes - uma combinação de acesso e avaliação, conforme definido anteriormente. Com igual importância, denota a capacidade - em vez da mera oportunidade - de chegar a uma fonte de notícias desejada, e acompanha a avaliação ou a capacidade de avaliar a noticiabilidade de uma publicação, e depende da interação próxima entre as habilidades on e *off-line*.

> Anteriormente, as principais propriedades, como confiabilidade, fonte confiável ou produção profissional, tornam-se secundárias à velocidade, ao realismo e ao suporte *crowdsourced* expressas por meio da atividade de mídia social. As implicações do fenômeno do *watchdog* cidadão para *news literacy* são de longo alcance. Por um lado, a tecnologia permite que pessoas comuns possam esclarecer erros de várias magnitudes e, assim, erodem a necessidade percebida de jornalismo investigativo em primeiro lugar. Pior ainda, diminui a confiança do público nas peças de investigação profissional que são divulgadas, de modo que qualquer exemplo de jornalismo de vigilância, com respaldo institucional, recebe um exame mais minucioso e é sempre tomado com um pouco de sal. (SEIZOV, 2016).

Este aprendizado deve ser garantido a todos. Como mostra o estudo realizado pelo *Digital News Report*, as discussões sobre o impacto da desordem informacional reinflamaram o interesse em *news literacy*. Mas na escala que mede o domínio de *news literacy*, apenas 10% do público atingiu um nível muito alto de conhecimento sobre o processo de produção, seleção

e financiamento das notícias (NEWMAN *et al*, 2018). Diferentes atores – de educadores e empresas de tecnologia – acreditam que o foco dado ao tema possa incentivar as pessoas a separar fatos de ficção, limitando potencialmente a disseminação de informações falsas e deixá-las melhor equipadas para navegar com segurança nos ambientes de mídia. Há também uma discussão sobre o cuidado em pensar em *news literacy* como técnica que irá eliminar *fake news*. Afinal, quão útil são estas habilidades em um mundo em que as pessoas confiam cada vez menos em diversas instituições, inclusive nas organizações de mídia?

As crianças e jovens se mostram mais frágeis para enfrentar este contexto informativo tóxico. Apenas 2% das crianças e dos adolescentes do Reino Unido têm a capacidade de leitura crítica necessária para discernir uma notícia falsa de uma notícia verdadeira, de acordo com um relatório publicado em junho deste ano pelo Conselho Nacional de Alfabetização do Reino Unido (*NATIONAL LITERACY TRUST*, s/d). Além disso, a proliferação de notícias falsas causa ansiedade nos alunos e prejudica a autoestima e a visão que os estudantes têm sobre o mundo. Levitin (2017) lamenta que, como sociedade, tenhamos fracassado ao ensinar as crianças a lutar contra a tendência ingênua da espécie humana de sempre acreditar no que os outros dizem. E ao tentar responder como podemos melhorar o aprendizado dos estudantes na leitura e interpretação de notícias, em um processo completo que passe por ensiná-las a descobrir como as notícias são produzidas, de onde as histórias vêm, como identificar fontes confiáveis, a conclusão é de que é preciso empregar um esforço enorme para sair do estado de processamento automático e dedicar atenção consciente ao conteúdo de certas mensagens.

O *Common Sense Media* defende direito de ensinar as crianças a serem usuários de mídia experientes, respeitosos e responsáveis. "Não é possível cobrir seus olhos, mas podemos ensiná-los a ver"[7], diz o manifesto. Dessa forma, podemos oferecer aos mais jovens uma chance de construir estruturas de conhecimento que são mais úteis para eles.

As discussões em torno de quais devem ser as especificidades dos programas de *news literacy* em termos de formato, estrutura e conteúdo do currículo do programa levam, além das ideias mais tradicionais, como os conceitos teóricos entre diferenciação entre opinião e notícias concretas, tem havido apelos para incluir elementos como a avaliação crítica de declarações estatísticas e quantitativas na mídia, um entendimento profundo de algoritmos e inteligência artificial e maior ceticismo emocional.

Enquanto outros países enfrentam o desafio com projetos maduros e que comprovam a eficácia da iniciativa, a discussão da importância de tratar do tema de *news literacy* nas escolas

---

[7] Disponível em: <https://www.commonsensemedia.org/about-us/our-ten-beliefs>

merece um espaço maior no Brasil. Por aqui, os grupos de mídia ainda não se envolveram com a causa. Além de uma prerrogativa para a sustentação do negócio, considerando que, ao investir na formação de consumidores críticos de notícias, investe-se também em futuros assinantes de jornais, de canais pagos, de conteúdos digitais, assumir um papel de protagonismo na formação de estudantes é também responsabilidade social. Porém, com a crise que o jornalismo enfrenta atualmente, com grandes grupos fechando as portas e enxugando cada vez mais as redações, esta opção também encontra dificuldades para ser colocada em prática.

O alinhamento com a BNCC também é fundamental para a construção de um curso efetivo. Claire Wardle e Hossein Derakhshan (2017) reforçam a importância dos programas de *news literacy* trabalharem a habilidade de *"*ser céticos quanto à informação que produz uma resposta emocional", podemos relacionar à competência de "Argumentação" da BNCC (AMAZONAWS, 2018), que tem a pretensão de que o aluno argumente com base em fatos, dados e informações confiáveis, e também à competência de "Pensamento científico, crítico e criativo", que busca exercitar a curiosidade intelectual e utilizar as ciências com criticidade e criatividade.

Muitos pontos ainda devem ser discutidos. Entende-se que, seguindo as orientações do campo jornalístico-midiático, os conteúdos podem começar a serem abordados nas séries finais do Ensino Fundamental, do 6º ao 9º ano, caminhando para o Ensino Médio, em um processo de amadurecimento da complexidade do tema. Esta é a forma de trabalho do Colégio Stockler, que inclui na grade curricular a disciplina de Jornalismo, no Fundamental, que se transforma em Jornalismo e Atualidades, no Médio.

Vale refletir, como já citado anteriormente, se o conteúdo de *news literacy* deve ser trabalhado de forma interdisciplinar ou se o programa pode ser oferecido como uma atividade extracurricular; se o curso for inserido na disciplina de Língua Portuguesa, como o professor será treinado para trabalhar o assunto com os alunos, de forma que o conteúdo não seja mais uma teoria dada em sala de aula e sem aplicação no mundo real? São muitas perguntas e inquietações, que precisam continuar sendo trabalhadas em conversas e entrevistas com professores de educação básica. Esta etapa exige a experiência e o conhecimento pedagógico para que tenha êxito, pois só os docentes estão no dia a dia das salas de aula e sabem o que é eficaz no processo de aprendizagem dos alunos.

Outro ponto importante é que este conhecimento deve ser levado em consideração é de que esse conhecimento não fique restrito aos colégios particulares. Crianças e adolescentes de famílias de baixa renda, que são frequentemente excluídos do acesso à informação, mídia e tecnologia, devem receber as mesmas oportunidades de formação no tema. Nesse contexto, o

apoio de organizações não-governamentais, como o Instituto Ayrton Senna e Fundação Lemann, é fundamental para que o Governo amplie o alcance de ações de *news literacy*.

Como esta pesquisa tentou mostrar, é possível utilizar projetos como base para criar um curso adaptável às necessidades do currículo das escolas básicas, em consonância com o que já é sugerido pela Base Nacional Curricular Comum (BNCC), abrindo um espaço de diálogo entre educadores, jornalistas, governo, grupos de mídia e universidades, para que possamos transformar a escola em um espaço de discussão do tema, e proporcionar aos alunos a base necessária para que eles cresçam preparados para lidar com a avalanche de informações da nossa era.

REFERÊNCIAS

AHRENS, Jan Martínez. Trump e as '*fake news*' atacam de novo. **El Pais**. Washington, 08 maio 2017. Disponível em: <https://goo.gl/Jqdx3B> Acesso em: 24 jul. 2017.

ALLCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew. 2017. Social Media and *Fake news* in the 2016 Election. **Journal of Economic Perspectives**, 31(2): 211-36. Disponível em: <https://goo.gl/ncKvgw>. Acesso em: 17 jul. 2017.

ALMEIDA, Virgilio; DONEDA, Danilo; LEMOS, Ronaldo. Com avanço tecnológico, *fake news* vão entrar em fase nova e preocupante. **Folha de S. Paulo**. São Paulo, 8 abr. 2018. Disponível em: <https://goo.gl/sbqu2k>. Acesso em: 8 abr. 2018.

AL-RAWI, Ahmed. Viral News on Social Media. **Digital Journalism**, [s.l.], p.1-17, 13 out. 2017. Informa UK Limited. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/21670811.2017.1387062.> Acesso em: 13 maio 2018.

ALVES, Gabriel. Cientistas buscam estratégias para lutar contra '*fake news*'. **Folha de S. Paulo**, 12 mar. 2017. Disponível em: <https://goo.gl/YwJ7sf>. Acesso em: 09 ago. 2017.

AMAZONAWS. **Dimensões e Desenvolvimento das Competências Gerais da BNCC**. 2018. Disponível em: <http://s3.amazonaws.com/porvir/wp-content/uploads/2018/02/28185234/BNCC_Competencias_Progressao.pdf> Acesso em: 07 jan. 2019.

AMERICAN PRESS INSTITUTE. **Introductory News Literacy**. 2012. Disponível em: <https://www.americanpressinstitute.org/wp-content/uploads/2013/10/Introductory-News-Literacy-curriculum.pdf>. Acesso em: 20 jan. 2019.

ANDERSON, C. W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. Jornalismo Pós-Industrial: adaptação aos novos tempos. **Revista de Jornalismo ESPM**, abr.-jun. 2013, p. 30- 89. Disponível em: <https://goo.gl/eRkynp>. Acesso em: 12 nov. 2016.

ANDRADE, Silvia Helena. **Entrevista**. [fev. 2019]. Entrevistador: Jessica A. Santos. São Paulo, 2019. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no apêndice desta dissertação.

ANSOLABEHERE et al. How can we combat *fake news*? – The role of platforms, media literacy, and journalism. **Reuters Institute e University of Oxford**. Londres, 24 mar. 2017. Disponível em: <https://goo.gl/pZEAEX> Acesso em: 12 fev. 2018.

AOS FATOS. **Pesquisa sobre consumo de informação online**. 26 jan. 2018. Disponível em: <https://aosfatos.org/media/cke_uploads/2018/03/01/relatorio-de-resultados-pesquisa-aos-fatos.pdf>. Acesso em: 16 maio 2018.

ASSIS, Carolina. Projeto Comprova terá colaboração inédita entre 24 meios jornalísticos brasileiros contra desinformação nas eleições. **Knight Center for Journalism in the Americas**. Austin, 3 jul. 2018. Disponível em: <https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/blog/00-19901-projeto-comprova-tera-colaboracao-inedita-entre-24-meios-jornalisticos-brasileiros-con>. Acesso: em 3 jul. 2018.

ATKINS, Larry. States should require schools to teach media literacy to combat *fake news*. **Huffpost**, 13 jul. 2017. Disponível em: <https://www.huffingtonpost.com/entry/states-should-require-schools-to-teach-media-literacy_us_59676573e4b07b5e1d96ed86>. Acesso em: 4 jan. 2018.

BACCEGA, Maria Aparecida. Comunicação/educação e a construção de nova variável histórica. **Comunicação & Educação**, n. 3, ano 15, set./dez. 2009. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/43579/47201>. Acesso em: 8 jul. 2018.

BALLOUSSIER, Anna Virginia. Movido por notícia falsa, homem atira dentro de pizzaria nos EUA. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 05 dez. 2016. Disponível em: <https://goo.gl/vnEugD>. Acesso em: 24 jul. 2017.

BARBOSA, Jacqueline Peixoto; SIMÕES, Pedro Henrique de Oliveira. Letramento midiático no ensino de português: a formação da contrapalavra crítica. **Linha D'Água**, v. 2, n. 30. p. 71-91, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.2236-4242.v30i2p71-91>. Acesso em: 21 jan. 2019.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

BARTHEL, Michael; MITCHELL, Amy; HOLCOMB, Jesse. Many Americans Believe *Fake news* Is Sowing Confusion. **Pew Research Center**: Journalism & Media, 15 dez. 2016. Disponível em: <https://goo.gl/HDZh8G>. Acesso em: 26 mar. 2017.

BATHKE, Benjamin. Como a publicidade incentiva "*fake news*". **Carta Capital**, 16 maio 2017. Disponível em: <https://goo.gl/YNAWh5>. Acesso em: 23 jul. 2017.

BBC. **BBC to help students identify '*fake news*'**. 6 dez. 2017. Disponível em: <http://www.bbc.com/news/entertainment-arts-42242630>. Acesso em: 3 mar. 2018.

_____. **Evidence Toolkit**. 2018. Disponível em: <https://www.bbc.co.uk/taster/pilots/evidence-toolkit-moral-maze>. Acesso em: 18 ago. 2018.

_____. **Onda de nacionalismo está por trás de fake news na Índia, mostra pesquisa inédita da BBC**. 12 nov. 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-46183531>. Acesso em: 14 dez. 2018.

BEGUOCI, Leandro. **Entrevista**. [jul. 2018]. Entrevistador: Jessica A. Santos. São Paulo, 2018. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no apêndice desta dissertação.

BERNERS-LEE, Tim. Three challenges for the web, according to its inventor. **World Wide Web Foundation**. 12 mar. 2017. Disponível em: < https://goo.gl/Ce3und>. Acesso em: 07 abr. 2018.

BUCCI, Eugênio. Pós-política e corrosão da verdade. **Revista da USP**, São Paulo, n. 116, p. 19-30, jan./fev./mar. 2018.

BUCKINGHAM, David. Digital Media Literacies: rethinking media education in the age of the Internet. **Research in Comparative and International Education**, n. 1, v. 2, 2007. Disponível em: <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.2304/rcie.2007.2.1.43 >. Acesso em: 10 jun. 2018.

BUENO, Sonia. Trust in News: '*Fake news*' reforçam confiança na imprensa. **Kantar Brasil Insights.** 31 out. 2017**.** Disponível em: <https://goo.gl/TcK35e> Acesso em: 02 abr. 2018.

BUI, Lynh. Schools demanding news literacy lessons to teach students how to find fact amid fiction. **Washington Post**, 15 abr. 2013. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/local/education/schools-demanding-news-literacy-lessons-to-teach-students-how-to-find-fact-amid-fiction/2013/04/15/e67b9c26-963d-11e2-9e23-09dce87f75a1_story.html?noredirect=on&utm_term=.94eafeace2fc>. Acesso em 12 jan. 2019.

BULGER, Monica; DAVISON, Patrick. The promises, challenges, and futures of Media Literacy. **Data & Society Research Institute**. fev. 2018. Disponível em: <https://datasociety.net/output/the-promises-challenges-and-futures-of-media-literacy/>. Acesso em: 12 jun. 2018.

CAFARDO, Renata; PALHARES, Isabel; FORMENTI, Ligia. Base curricular do ensino médio deixa de dividir os conteúdos por séries. **O Estado de São Paulo**: Brasília, 4 abr. 2018. Disponível em: <http://educacao.estadao.com.br/noticias/geral,base-curricular-do-ensino-medio-deixa-de-dividir-os-conteudos-por-series,70002253604>. Acesso em: 28 abr. 2018

CAPRINO, Mônica Pegurer; MARTINEZ-CERDÁ, Juan-Francisco. Media Literacy in Brazil: Experiences and Models in Non-formal Education. **Media Education Comunicar**, [s.l.], n. 49, v. 24, p.39-48, 1 out. 2016. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.3916/c49-2016-04>. Acesso em: 18 jul. 2018.

CENTER FOR NEWS LITERACY. **What is news literacy**? 2016. Disponível em: <ttp://www.centerfornewsliteracy.org/what-is-news-literacy/>. Acesso em: 12 abr. 2017.

CHADE, Jamil. Chefe da ONU cita Brasil como exemplo de eleição afetada por 'desinformação'. **O Estado de São Paulo**, 14 nov. 2018. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,chefe-da-onu-cita-brasil-como-exemplo-de-eleicao-afetada-por-desinformacao,70002608330>. Acesso em 02 dez. 2018.

CHAVES, Claudia. Por uma pedagogia da notícia: o conceito de comunicação em Paulo Freire. **Mediação**, n. 27, v. 20, jul/dez. 2018, p. 73-88. Disponível em: <http://www.fumec.br/revistas/mediacao/article/view/6572>. Acesso em: 28 jan. 2019.

CHARLEAUX, João Paulo. Como as '*fake news*' podem ser um incentivo à 'alfabetização midiática. **Nexo**. 22 jan. 2018. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/entrevista/2018/01/22/Como-as-'fake-news'-podem-ser-um-incentivo-à-'alfabetização-midiática'>. Acesso em: 20 abr. 2018.

CHILDREN'S COMMISSIONER FOR ENGLAND**. Growing Up Digital:** A Report of the Growing Up Digital Taskforce. London, 2017. Disponível em: <https://www.childrenscommissioner.gov.uk/wp-content/uploads/2017/06/Growing-Up-Digital-Taskforce-Report-January-2017_0.pdf>. Acesso em: 26 maio 2018.

CISCATI, Rafael. **Para ampliar aulas sobre fake news em escolas, MEC busca inspiração até em Portugal**. 2018. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/sociedade/educacao/para-ampliar-aulas-sobre-fake-news-em-escolas-mec-busca-inspiracao-ate-em-portugal-22725918> Acesso em: 18 jan. 2019.

COMMON CORE STATE STANDARDS INITIATIVE. ***About the standards***. 2019. Disponível em: < http://www.corestandards.org>. Acesso em 28 jan. 2019.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. **TIC Kids Online Brasil**: Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil. São Paulo, 2017. Disponível em: <http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_KIDS_ONLINE_2016_LivroEletronico.pdf>. Acesso em: 16 abr. 2018.

COMPROVA. **Projeto Comprova**. s/d. Disponível em: <https://projetocomprova.com.br/about/about> Acesso em: 15 mar. 2018.

COSTA, Caio Túlio. Verdades e mentiras no ecossistema digital. **Revista da USP**, São Paulo, n. 116, p. 7-18, jan./fev./mar. 2018.

DUARTE, Marcia Yukiko Matsuuchi Duarte. Estudo de Caso. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2017.

ENGLISH Oxford Living Dictionaries. **Word of the Year 2016 is**… 2016. Disponível em: <https://goo.gl/jYmb1Q>. Acesso em: 22 mar. 2017.

ESTUDIANTES. ***El país de los estudiantes***. s/d. Disponível em: <https://estudiantes.elpais.com> Acesso em: 07 jan. 2019.

EUROPEAN COMMISSION. **Final report of the High Level Expert Group of Fake News and Online Disinformation**. 12 mar. 2018. Disponível em: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>. Acesso em 8 set. 2018.

FEITOSA, Charles. Pós-verdade e política. **Revista Cult.** 19 jul. 2017. Disponível em: <https://goo.gl/gW4eWz>. Acesso em: 19 nov. 2017

FERRARI, Pollyana. **Como sair das bolhas**. São Paulo: Educ/Armazém da Cultura, 2018.

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FOLHA DE SÃO PAULO. **'*Fake news*' alteram hábitos do público, indica pesquisa.** São Paulo, 31 out. 2017. Disponível em: <https://goo.gl/UhM8S3>. Acesso em: 18 nov. 2017.

FREIRE, Paulo. **Ação cultural para a liberdade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

_____. **Extensão ou comunicação?** São Paulo: Paz e Terra, 2010.

FRIAS FILHO, Otávio Frias. O que é falso sobre *fake news*. **Revista da USP**, São Paulo, n. 116, p. 39-44, jan./fev./mar. 2018.

FUTURA. **Fake ou News:** iniciativa será lançada dia 26 de fevereiro. 20 fev. 2018. Disponível em: <http://www.futura.org.br/fake-ou-news-iniciativa-sera-lancada-dia-26/>. Acesso em: 19 nov. 2018.

G1. **Datafolha**: quantos eleitores de cada candidato usam redes sociais, leem e compartilham notícias sobre política. 3 out. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/eleicao-em-

numeros/noticia/2018/10/03/datafolha-quantos-eleitores-de-cada-candidato-usam-redes-sociais-leem-e-compartilham-noticias-sobre-politica.ghtml>. Acesso em: 18 dez. 2018.

GABRIEL, Martha. Apresentação. In: FERRARI, Pollyana. **Como sair das bolhas**. São Paulo: Educ/Armazém da Cultura, 2018.

GALLO, Fabio. O persistente mundo da pós-verdade. In: BLANCO, P. (Org): **Pensadores da Liberdade:** liberdade e cidadania. São Paulo: Palavra Aberta, 2017. p. 82-87.

GANDOUR, Ricardo. Um novo ecossistema informativo: como a fragmentação digital está moldando a forma pela qual produzimos a consumimos notícias. **Knight Center for Journalism in the Americas**, 2016. Disponível em: <https://knightcenter.utexas.edu/books/NewInfoEnvironmentPortugueseLink.pdf>. Acesso em: 12 jul. 2018.

GONÇALVES, Vanessa. Sob a batuta de Cristina Tardáguila, Lupa surge como 1ª agência de checagem do Brasil. **Portal Imprensa,** 29 fev. 2016. Disponível em: <https://goo.gl/7eudaW>. Acesso em: 28 jul. 2017.

GRAGNANI, Juliana. Eleições com fake news?: Uma semana dentro de 272 grupos políticos no WhatsApp mostra um Brasil dividido e movido a notícias falsas. **BBC News**, 5 out. 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45666742>. Acesso em: 10 out. 2018.

HABRICH, Stéphanie. Preparar as crianças contra as "*fake news*". **Folha de S. Paulo**. São Paulo, 19 fev. 2018. Disponível em: <https://goo.gl/Lp4Rrp>. Acesso em: 20 fev. 2018.

_____. As crianças querem e têm o direito de ler notícias. **El País**, 12 out. 2017. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2017/10/11/opinion/1507753928_196359.html?id_externo_rsoc=FB_BR_CM>. Acesso em: 26 out. 2018.

HARARI, Yuval Noah. **21 lições para o século 21**. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

HERMIDA, Xosé. *Fake news* tornam o jornalismo de qualidade mais necessário do que nunca, diz diretor do EL PAÍS. **El País**. São Paulo, 21 fev. 2018. Disponível em: <https://goo.gl/2GrJ89>. Acesso em: 1 abr. 2018.

HOBBS, Renee. *News literacy*: What works and what doesn't. **Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC) Conference**. Denver, 7 ago. 2010. Disponível em: <https://goo.gl/TWZ6Se>. Acesso em: 5 fev. 2017.

_____. When teens create the news: examining the impact of PBS/news hour student reporting labs. J**ournalism Education**, n. 1, v. 5, p. 71-73, maio 2016. Disponível em: <http://www.civicmedia.io/wp-content/uploads/2015/02/journal_20issue_205-2.pdf>. Acesso em: 14 jan. 2019.

HORNIK, Richard. **Entrevista**. [jan. 2019]. Entrevistador: Jessica A. Santos. São Paulo, 2019. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no apêndice desta dissertação.

HOROWITZ, Jason. In Italian Schools, Reading, Writing and Recognizing *Fake news*. **The New York Times**. Roma, 18 out. 2017. Disponível em: < https://goo.gl/UGjLS2>. Acesso em: 19 abr. 2018.

IANDOLI, Rafael. Trump, '*fake news*' e a guerra declarada contra a imprensa. **Nexo**, 03 jul. 2017. Disponível em: <https://goo.gl/sw7Wvq>. Acesso em: 10 jul. 2017.

IBOPE. **Confiança do brasileiro nas instituições é a mais baixa desde 2009**. 9 ago. 2018. Disponível em: <http://www.ibopeinteligencia.com/noticias-e-pesquisas/confianca-do-brasileiro-nas-instituicoes-e-a-mais-baixa-desde-2009/>. Acesso em: 12 dez. 2018.

IG SÃO PAULO. **60% dos cariocas receberam *fake news* sobre Marielle, mas maioria não acreditou**. 25 mar. 2017. Disponível em: <http://ultimosegundo.ig.com.br/brasil/2018-03-25/fake-news-sobre-marielle-datafolha.html>. Acesso em: 19 maio 2018.

IMPRENSA JOVEM. **Imprensa jovem.** s/d. Disponível em: <https://imprensajovem10.wordpress.com> Acesso em: 04 jan. 2019.

INSTINCTIF PARTNERS. ***Fake news* – Can it Save the traditional, mainstream media?.** Londres, 8 ago. 2017. Disponível em: <https://goo.gl/MFRxj1>. Acesso em: 20 mar. 2018

IPSOS. **Fake news, filter bubbles, post-truth and trust**. 2018. Disponível em: <https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2018-08/fake_news-report.pdf>. Acesso em: 08 fev. 2019.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; SAM, Ford. **Cultura da Conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

JUNIOR, Wilson Corrêa da Fonseca. Análise de Conteúdo. DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2017.

KAHNE, Joseph; BOWYER, Benjamin. Educating for Democracy in a Partisan Age: Confronting the Challenges of Motivated Reasoning and Misinformation. **American Education Research Journal. v**. 54, n. 1, p. 3-34, fev. 2017. Disponível em: <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.3102/0002831216679817>. Acesso em: 6 maio 2018.

KLURFELD, James; SCHNEIDER, Howard. *News literacy*: Teaching the Internet Generation to Make Reliable Information Choices. **Center for Effective Public Management at Brookings**. Jun. 2014. Disponível em: <https://goo.gl/FKyprJ>. Acesso em: 07 abr. 2018.

KOLCHINA, Anna. The methodology of teaching News Literacy for different audiences in Russia. **First Global News Literacy Conference.** 2017. Disponível em: <https://commons.library.stonybrook.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1008&context=cnlglobalconference>. Acesso em: 9 jan. 2019.

KOVACK, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo:** o que os jornalistas devem saber e o público exigir. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

KREITNER, Richard. **Post-Truth and Its Consequences:** What a 25-Year-Old Essay Tells Us About the Current Moment. S/I: The Nation, 2016. Disponível em: <https://goo.gl/Lzpgm4>. Acesso em: 21 abr. 2017.

LANDEIRA, José Luís Marques López. **Entrevista**. [fev. 2019]. Entrevistador: Jessica A. Santos. São Paulo, 2019. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no apêndice desta dissertação.

LEU, Don et al. Research on Instruction and Assessment in the New Literacies of Online Reading Comprehension. In: **Comprehension instruction: Research-based best practices**, 2015. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/237579320_Research_on_Instruction_and_Assessment_in_the_New_Literacies_of_Online_Reading_Comprehension>. Acesso em: 20 maio 2018.

LEVITIN, Daniel J. **Weaponized Lies**: How to Think Critically in the Post-Truth Era. Nova Iorque: Dutton, 2017.

LIM, Chloe. **Checking How Fact-checkers Check.** Stanford University, 16 maio 2017. Disponível em: <https://goo.gl/Ykcytt>. Acesso em: 25 maio 2017.

LISBOA, Silvia; BENETTI, Marcia. Credibilidade no jornalismo: uma nova abordagem. In: **Estudos em Jornalismo e Mídia**, [s.1.], n. 1, v. 14, p. 51-62, Jan-Jun. 2017. Disponível em: < https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2017v14n1p51/35053>. Acesso em: 01 fev. 2018.

LIVINGSTONE, Sonia; CARR, John; BYRNE, Jasmina. One in Three: Internet Governance and Children's Rights. Innocenti Discussion Paper. In: **UNICEF Office of Research**, 2015. Disponível em: <https://www.cigionline.org/sites/default/files/no22_2.pdf>. Acesso em: 21 maio 2018.

LOBATO, Luisa; HUREL, Louise Marie. Os desafios das *fake news* na América Latina. **Nexo**, 21 abr. 2018. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/ensaio/2018/Os-desafios-das-fake-news-na-América-Latina>. Acesso em: 27 maio 2018.

LOTH,

MALIK, M et al. The challenges of defining "*news literacy*." **Berkman Center for Internet & Society**. 2013. Disponível em: <doi:10.2139/ssrn.2342313>. Acesso em: 12 jun. 2018.

MANJOO, Farhad. **True Enough:** Learning to live in a post-fat society**.** John Wiley & Sons: New Jersey, 2008.

MANTZARLIS, Alexios. Can fact-checkers agree on what is true? New study doesn't point to the answer. **The Poynter Institute,** 23 maio 2017. Disponível em: <https://goo.gl/mxvBsQ>. Acesso em: 28 maio 2017.

MAKSL, Adam et al. The Usefulness of a News Media Literacy Measure in Evaluating a *News literacy* Curriculum. **Journalism & Mass Communication Educator**, [s.l.], n. 2, v. 72, p. 228-241, 26 maio 2016. SAGE Publications. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1177/1077695816651970>. Acesso em: 12 fev. 2018.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Desafios culturais da comunicação à educação. **Comunicação & Educação**, n. 18, p. 51-61, maio/ago. 2000. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/36920/39642>. Acesso em 7 jul. 2018.

MCLAUGHLIN, Timothy. How whatsapp fuels fake news and violence in India. **Wired**, 12 dez. 2018. Disponível em: <https://www.wired.com/story/how-whatsapp-fuels-fake-news-and-violence-in-india/>. Acesso em: 22 dez. 2018.

MCMANE, Aralynn. #1 Guide in Digital Space. **World Association of Newspapers and News Publishers**, 20 fev. 2017. Disponível em: <http://www.wan-ifra.org/articles/2017/02/20/1-guide-in-digital-space>. Acesso em: 14 jan. 2018.

MEC. **Base Nacional Curricular Comum**. 2018. Disponível em: <http://basenacionalcomum.mec.gov.br/wp-content/uploads/2018/12/BNCC_19dez2018_site.pdf>. Acesso em: 12 dez. 2018.

MEDINA, Cremilda. **Notícia - um produto à venda**: jornalismo na sociedade urbana e industrial. São Paulo: Summus, 1988.

MERLINO, Tatiana. A verdade sobre Marielle resistirá à onda de *fake news*? **Carta Capital**, 24 mar. 2018. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/sociedade/odio-e-intolerancia-nas-redes-foram-derrotados>. Acesso em: 18 maio 2018.

MESSING, Solomon; WESTWOOD, Sean J.. Selective Exposure in the Age of Social Media. **Communication Research**, [s.l.], n. 8, v. 41, p.1042-1063, 31 dez. 2012. SAGE Publications. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1177/0093650212466406>. Acesso em: 12 out. 2018.

MIGUERES, Luísa. O Joca é um jornal para jovens e crianças em versão impressa e on-line. **Draft**, 5 jan. 2017. Disponível em: <https://projetodraft.com/o-joca-e-um-jornal-para-jovens-e-criancas-em-versao-impressa-e-online/>. Acesso em: 11 dez. 2018.

MIHAILIDIS, Paul; VIOTTY, Samantha. Spreadable Spectacle in Digital Culture: Civic Expression, *Fake news*, and the Role of Media Literacies in "Post-Fact" Society. **American Bevahioral Scientist,** vol. 61(4), p. 441–454, 2017. Disponível em: <https://goo.gl/ZycRmG>. Acesso em: 2 jan. 2018.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.). **Pesquisa socia**l: teoria, método e criatividade. Petrópolis: Vozes, 2001.

MONNERAT, Alessandra. A aposta no fact checking: jornalistas criam mais iniciativas para verificar o discurso público e revelar notícias falsas. **Knight Center for Journalism in the Americas**, 19 abr. 2017. Disponível em: <https://goo.gl/dwhdSz>. Acesso em: 23 jul. 2017.

MORDUCHOWICZ, Roxana. News Literacy in Argentina: Commitment to Democracy. **First Global News Literacy Conference.** 2017. Disponível em: < https://commons.library.stonybrook.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1013&context=cnlglobalconference>. Acesso em: 8 jan. 2019.

NALON, Tai. **A pós-verdade é uma velha novidade;** *fact-checking*, não. S/I, Jornalismo no Brasil em 2017, 2016. Disponível em: <https://goo.gl/rwB6sE>. Acesso em: 23 jul. 2017.

NATIONAL LITERACY TRUST. ***Fake News and critical literacy:*** *final report.* Disponível em: <https://literacytrust.org.uk/research-services/research-reports/fake-news-and-critical-literacy-final-report/> Acesso em: 15 jan. 2019.

NETTO, Andrei. Russos criaram 150 mil contas falsas em favor do Brexit. **O Estado de São Paulo**. Paris, 16 nov. 2017. Disponível em: <http://internacional.estadao.com.br/noticias/geral,russos-criaram-150-mil-contas-falsas-em-favor-do-brexit,70002087328>. Acesso em: 16 maio 2018.

NEWMAN, Nic et al. Digital News Report**. Reuters Institute for the Study of Journalism**, 2018. Disponível em: <http://www.digitalnewsreport.org>. Acesso em: 14 jun. 2018.

NEWS ACADEMY. ***The Times and The Sunday Times media literacy programme***. s/d. Disponível em: <https://academy.news.co.uk/the-times-and-the-sunday-times-media-literacy-programme/?s=MEDIA+LITERACY&Submit= Acesso em: 05 jan. 2019.

NEWS LITERACY PROJECT. ***Checkology***. 2019. Disponível em: https://newslit.org/educators/checkology/ Acesso em: 03 jan. 2019.

NEWS LITERACY LESSONS. ***Lessons fall 2018.*** 2018. Disponível em:< https://drive.google.com/drive/folders/1-S_Cq0WjLpsm4tm5jK51KonIIi_Cz2hL> Acesso em: 12 set. 2018.

NOVA ESCOLA. **Nova Escola e Palavra Aberta se unem para criar guias contra desinformação nas escolas**. 1 ago. 2018. Disponível em: <https://novaescola.org.br/conteudo/12207/nova-escola-e-palavra-aberta-se-unem-para-criar-guias-contra-desinformacao-nas-escolas>. Acesso em: 12 ago. 2018.

NYHAN, Brendan; REIFLER, Jason. **Estimating *Fact-checking*'s Effects:** Evidence from a long-term experiment during campaign 2014. American Press Institute, 28 abril 2015. Disponível em: <https://goo.gl/pwbcN5>. Acesso em: 23 jul. 2017.

OFCOM. **About Media Literacy**. 2018. Disponível em: <https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/media-literacy-research/media-literacy>. Acesso em: 15 jun. 2018.

ORTELLADO, Pablo. **Manual da Credibilidade**. 2018. Disponível em: <https://www.manualdacredibilidade.com.br/desinformacao>. Acesso em: 29 dez. 2018.

PAGANOTTI, Ivan. **Entrevista**. [jan. 2019]. Entrevistador: Jessica A. Santos. São Paulo, 2019. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no apêndice desta dissertação.

PALHARES, Isabel. Escolas ensinam a identificar notícias falsas. **O Estado de São Paulo**. São Paulo, 9 mar. 2018. Disponível em: <http://educacao.estadao.com.br/noticias/geral,escolas-ensinam-a-identificar-noticias-falsas,70002219946>. Acesso em: 29 abr. 2018.

PARANHOS, Ranulfo et al. Uma introdução aos métodos mistos. **Interface**. Porto Alegre, n. 42, ano 18, p. 384-411, mai/ago. 2016. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/soc/v18n42/1517-4522-soc-18-42-00384.pdf>. Acesso em: 19 nov. 2017.

PATREON. **Crash Course**. 2006. Disponível em: <https://www.youtube.com/user/crashcourse/videos> Acesso em: 03 jan. 2019.

PEARSON. **Beyond Millenials**; the next generation of learners. 2018. Disponível em: <https://www.pearson.com/content/dam/one-dot-com/one-dot-com/global/Files/news/news-annoucements/2018/The-Next-Generation-of-Learners_final.pdf> Acesso em: 04 jan. 2019.

PORTAL guia escolas. **Colégios Pio XII e Mary Ward ensinam alunos a identificar *fake news***. 22 mar. 2018. Disponível em: <http://www.portalguiaescolas.com.br/acontece-nas-escolas/noticias/colegios-pio-xii-e-mary-ward-ensinam-alunos-a-identificar-fake-news/>. Acesso em: 29 abr. 2018.

POTTER, W. James. **Media Literacy**. Santa Barbara: SAGE Publications, 2014.

RAINIE, Lee; ANDERSON, Janna; ALBRIGHT, Jonathan. **The Future of Free Speech, Trolls, Anonymity and *Fake news* Online**. Pew Research Center, 29 mar. 2017. Disponível em: <https://goo.gl/i8bjj5>. Acesso em: 19 nov. 2017.

RAMONET, Ignacio. **A explosão do jornalismo**: das mídias de massa a massa de mídia. São Paulo: Publisher Brasil, 2012.

RAMOS, Luciana de Oliveira et al. Relatório ICJ Brasil. **Fundação Getúlio Vargas**, 2017. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/19034/Relatorio-ICJBrasil_1_sem_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 18 jul. 2018.

RATIER, Rodrigo. **Entrevista**. [fev. 2019]. Entrevistador: Jessica A. Santos. São Paulo, 2019. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no apêndice desta dissertação.

RECUERO, Raquel; ZAGO, Gabriela; SOARES, Felipe Bonow. Mídia Social e filtros-bolha nas conversações políticas do Twitter. In: XXVI Encontro Anual da Compós, São Paulo, 2017. **Anais Eletrônicos**, São Paulo, 2017. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/166193/001047200.pdf?sequence=1>. Acesso em: 18 dez. 2018.

RIBEIRO, Gabriel. Facebook anuncia serviço de verificação de notícias falsas no Brasil. **Techtudo**, 11 maio 2018. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2018/05/facebook-anuncia-servico-de-verificacao-de-noticias-falsas-no-brasil.ghtml>. Acesso em: 21 maio 2018.

RIBEIRO, Márcio Moretto; ORTELLADO, Pablo. O que são e como lidar com notícias falsas: dos sites de notícias falsas às mídias hiper-partidárias. **SUR**, n. 27, v. 15, p. 71-83, jul. 2018. Disponível em: <http://sur.conectas.org/o-que-sao-e-como-lidar-com-as-noticias-falsas/>. Acesso em: 7 jan. 2019.

RINI, Regina. *Fake news* and Partisan Epistemology. **Kennedy Institute Of Ethics Journal**, [s.l.], n. 2, v. 27, p.43-64, jun. 2017. Johns Hopkins University Press. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1353/ken.2017.0025.>. Acesso em: 26 abr. 2018.

ROBB, Michael B.. *News and America's Kids: how young people perceive and are impacted by the news*. **Common Sense Media**. San Francisco, CA, 2017. Disponível em: <https://www.commonsensemedia.org/research/news-and-americas-kids>. Acesso em: 12 jan. 2019.

ROSENSTIEL, Tom; ELIZABETH, Jane. Journalists can change the way they build stories to create organic news fluency. **American Press Institute**, 9 maio 2018. Disponível em: <https://www.americanpressinstitute.org/publications/reports/white-papers/organic-news-fluency/>. Acesso em: 19 maio 2018.

SANTAELLA, Lucia. Do climax ao anticlímax das redes sociais. In: FERRARI, Pollyana. **Como sair das bolhas**. São Paulo: Educ/Armazém da Cultura, 2018.

_____. **Comunicação ubíqua**: repercussões na cultura e na educação. São Paulo: Paulus, 2013.

SCHUDSON, Michael. Como saber se uma notícia é falsa? **Observatório da Imprensa**. Ago. 2017. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/edicao-brasileira-da-columbia-journalism-review/como-saber-se-uma-noticia-e-falsa/>. Acesso em: 12 dez. 2018.

SEIZOV, Ognyan. News literacy in the digital age: challenges and opportunities. J**ournalism Education**, n. 1, v. 5, 170-183, maio 2016. Disponível em: <http://www.civicmedia.io/wp-content/uploads/2015/02/journal_20issue_205-2.pdf>. Acesso em: 7 jan. 2019.

SENRA, Ricardo. Na semana do impeachment, 3 das 5 notícias mais compartilhadas no Facebook são falsas. **BBC.** Brasília, 17 abr. 2017. Disponível em: <https://goo.gl/MRMe7y>. Acesso em: 30 maio 2017.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. Morte e vida da imprensa. **Observatório da Imprensa**, ago. 2017. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/edicao-brasileira-da-columbia-journalism-review/da-pos-verdade-ao-risco-da-pos-imprensa/>. Acesso em: 22 dez. 2018.

SILVERMAN, Craig. This Analysis Shows How Viral Fake Election News Stories Outperformed Real News On Facebook. **BuzzFeed News**. Canada, 16 nov. 2016. Disponível em: <https://goo.gl/g6pEXb>. Acesso em: 22 abr. 2017.

SIQUEIRA, Alexandra Bujokas; CERIGATTO, Mariana Pícaro. Mídia-educação no Ensino Médio: por que e como fazer? **Educar em Revista**, n. 44, abr./ jun. 2012. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/educar/article/view/16905 >. Acesso em: 30 mar. 2018.

SISMONDO, Sergio. Post-truth? **Social Studies Of Science**, [s.l.], n. 1, v. 47, p.3-6, fev. 2017. SAGE Publications. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1177/0306312717692076>. Acesso em: 22 maio 2018.

SOARES, Isa. The *fake news* machine: inside a town gearing up for 2020. **CNN**, 2017. Disponível em: <https://goo.gl/3tpQHK>. Acesso em: 19 nov. 2017

SOARES, Ismar de Oliveira. Educomunicação e Educação Midiática: vertentes históricas de aproximação entre Comunicação e Educação. **Comunicação & Educação**, n. 2, ano XIX, jul/dez. 2014. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/72037/87468>. Acesso em: 8 jul. 2018.

SOUSA, Vítor de. Razões e eventuais constrangimentos resultantes da falta de um conceito agregador para a temática da "educação para os media". **Comunicação Pública**, n. 14, v. 8, 2013. Disponível em: <https://journals.openedition.org/cp/580>. Acesso em 12 maio 2018.

SPONHOLZ, Liriam. O método do jornalista. **Comunicação & Educação**, ano XIII, n. 2, 2008. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/viewFile/42386/46057>. Acesso em: 18 abr. 2017.

STANFORD History Education Group. **Evaluation Information:** the cornerstone of civic online reasoning. 2016. Disponível em: <https://goo.gl/Hp3Yri>. Acesso em: 22 mar. 2017.

STAKE, Robert E.. **The art of case study research**. Thousand Oaks Sage: 1995.

STEINBERG, Luc. Beyond *Fake news*: 10 types of misleading news. **Media Literacy for Citizenship**, 26 jul. 2018. Disponível em: <https://eavi.eu/beyond-fake-news-10-types-misleading-info/>. Acesso em: 18 maio 2018.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2017.

SUBTIL, Filipa. A abordagem cultural da Comunicação de James W. Carey. **Intercom**. São Paulo, n. 1, v. 37, p. 19-44, jan./jun. 2014. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/1879>. Acesso em: 9 ago. 2018.

SUNDAR, S. Shyam. There's a Psychological Reason for the Appeal of *Fake news*. **The News Republic,** 8 dez. 2016. Disponível em: <https://newrepublic.com/article/139230/theres-psychological-reason-appeal-fake-news>. Acesso em: 10 jun. 2018.

TANDOC, Edson C.; LIM, Zheng Wei; LING, Richard. Defining "*Fake news*". **Digital Journalism**, [s.l.], n. 2, v. 6, p.137-153, 30 ago. 2017. Informa UK Limited. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143.>. Acesso em: 12 abr. 2018.

TAPSCOTT, Don. **A hora da geração digital**: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos. Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010.

TARDÁGLIA, Cristina; BENEVENUTO, Fabricio; ORTELLADO, Pablo. Fake News Is Poisoning Brazilian Politics. WhatsApp Can Stop It. **The New York Times**, 17 out. 2018. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2018/10/17/opinion/brazil-election-fake-news-whatsapp.html?fbclid=IwAR1Y6XhfwRWEhHgWqNEmzGGQJSC92hfyCgrpPuZjr-p3mKi_rYA2CHolRIo>. Acesso em: 22 out. 2018.

_____. LupaEducação estreia projeto-piloto em escolas do Ensino Médio do RJ. **Lupa**, 13 ago. 2018. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/08/13/lupaeducacao-escolas-ensino-medio/>. Acesso em: 20 set. 2018.

TERRERO, José Martinez de Toda. Avaliação de metodologias na educação para os meios. **Comunicação & Educação**, [s.l.], n. 21, p.61-76, 30 ago. 2001. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v0i21p61-76>. Acesso em: 8 fev. 2019.

TEWKSBURY, David; RITTENBERG, Jason. **News on the internet**: Information and Citizenship in the 21st Century. Oxford University Press, 2012. Kindle Edition.

THE NEW YORK TIMES. ***The learning network.*** s/d. Disponível em: <https://www.nytimes.com/section/learning> Acesso em: 05 jan. 2019.

THE OECD Pisa Global Competence Framework. **OECD.** 2018. Disponível em: <http://www.oecd.org/pisa/Handbook-PISA-2018-Global-Competence.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2018.

TUFEKCI, Z. Algorithmic Harms beyond Facebook and Google: Emergent Challenges of Computational. Agency. **Colo. Tech.L.J.**, v.13, 2015. Disponível em:

<https://ctlj.colorado.edu/wp-content/uploads/2015/08/Tufekci-final.pdf>. Acesso em: 16 jan. 2019.

TUZZO, Simone Antoniaci; BRAGA, Claudomilson Fernandes. O processo de triangulação da pesquisa qualitativa: o metafenomeno como gênese. **Revista Pesquisa Qualititiva**, v. 4, n. 5, p. 140-158, ago. 2016. Disponível em: <https://proceedings.ciaiq.org/index.php/ciaiq2016/article/view/936>. Acesso em: 16 nov. 2018.

UNESCO. **Grunwald Declaration on Media Education**. Grunwald, 22 jan. 1982. Disponível em: <http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA_E.PDF>. Acesso em: 12 mar. 2018.

UOL. **Blogueiros do UOL lançam curso online gratuito contra notícias falsas**. São Paulo, 2 ago. 2018. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/noticias/2018/08/02/blogueiros-do-uol-lancam-curso-online-gratuito-contra-noticias-falsas.htm>. Acesso em: 3 ago. 2018.

VENTURINI, Lilian. Como frear *fake news* sem censurar o debate, segundo este movimento. **Nexo**, 2 fev. 2018. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/entrevista/2018/02/02/Como-frear-fake-news-sem-censurar-o-debate-segundo-este-movimento>. Acesso em: 19 maio 2018.

VIZEU, Alfredo Eurico; SANTANA, Adriana. O lugar de referência e o rigor do método no jornalismo: algumas considerações. **Intexto**, Porto Alegre: UFRGS, v. 1, n. 22, p. 38- 48, janeiro/junho 2010. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/9997/8690> Acesso em: 4 maio 2017.

VOSOUGHI, Soroush; DEB, Roy; ARAL, Sinan. The spred of true and false news online. **MIT Initiave on the Digital Economy Research Brief,** 2018**.** Disponível em: <http://ide.mit.edu/sites/default/files/publications/2017%20IDE%20Research%20Brief%20False%20News.pdf>. Acesso em: 19 maio 2018.

WANG, Shan. Here are more than 100 ideas from around the world on how news organizations can get involved in news literacy initiatives for kids. **Nieman Lab**, 10 mar. 2017. Disponível em: <http://www.niemanlab.org/2017/03/here-are-more-than-100-ideas-from-around-the-world-on-how-news-organizations-can-get-involved-in-news-literacy-initiatives-for-kids/>. Acesso em: 14 jan. 2019.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. **Council of Europe**, 2017. Disponível em: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c>. Acesso em: 22 maio 2018.

WARDLE, Claire. Em tempos de desinformação, redações colaborativas sustentáveis devem se tornar uma prioridade. **Abraji**, 26 nov. 2018. Disponível em: <http://abraji.org.br/noticias/em-tempos-de-desinformacao-redacoes-colaborativas-sustentaveis-devem-se-tornar-uma-prioridade>. Acesso em: 02 jan. 2019.

_____. 5 Lessons for Reporting in an Age of Disinformation. **First Draft**, 28 dez. 2018. Disponível em: <https://medium.com/1st-draft/5-lessons-for-reporting-in-an-age-of-disinformation-9d98f0441722>. Acesso em 30 dez. 2018.

WASHINGTON POST. ***Newspaper in education***. s/d. Disponível em: <https://nie.washingtonpost.com> Acesso em 06 jan. 2019.

WHITE, Aidan. *Fake news*: It's Not Bad Journalism, it's the Business of Digital Communications. **Ethical Journalism Network**, 2 maio 2017. Disponível em: <https://goo.gl/DBRMxw>. Acesso em: 7 maio 2017.

WILSON, Carolyn et. al. **Alfabetização midiática e informacional:** currículo para formação de professores. UNESCO, UFTM: Brasília, 2013. Disponível em: <http://www.unesco.org/new/pt/brasilia/communication-and-information/access-to-knowledge/media-and-information-literacy/> Acesso em: 3 mar. 2017.

WINTOUR, Patrick. Russian bid to influence Brexit vote detailed in new US Senate report. **The Guardian**, 10 jan. 2018. Disponível em: <https://www.theguardian.com/world/2018/jan/10/russian-influence-brexit-vote-detailed-us-senate-report>. Acesso em: 16 maio 2018.

ZUCKERMAN, Ethan. Four problems for news and democracy. **Medium**, 2 abr. 2018. Disponível em: <https://medium.com/trust-media-and-democracy/we-know-the-news-is-in-crisis-5d1c4fbf7691>. Acesso em: 12 jan. 2019.

_____. Stop saying "fake news". It's not helping. **My heart's in Accra**. 30 jan. 2017. Disponível em: <http://www.ethanzuckerman.com/blog/2017/01/30/stop-saying-fake-news-its-not-helping/>. Acesso em: 23 jan. 2019.

APÊNDICE A – ENTREVISTAS TRANSCRITAS

Ivan Paganotti

Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (2015), com bolsa Capes, sob orientação da Profa. Dra. Mayra Rodrigues Gomes, e mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (2010), foi graduado em Jornalismo pela Universidade de São Paulo (2007), realizou doutorado-sanduíche (PDSE-Capes) na Universidade do Minho (Braga, Portugal), sob orientação da Profa. Dra. Helena Sousa, em 2014. Professor do Mestrado Profissional em Jornalismo da FIAM-FAAM e docente do curso de Jornalismo e Atualidades no Colégio Stockler e co-criador do curso online "Vaza, Falsiane!". Membro do grupo de pesquisa "MidiAto - Grupo de Estudos de Linguagem: Práticas Midiáticas", da ECA-USP, e do "Observatório de Comunicação, Liberdade de Expressão e Censura" (Obcom/ECA-USP). Ex-repórter freelancer da Editora Abril, tem experiência na área de comunicação, com ênfase em jornalismo impresso e em vídeo, com temática social e econômica. Sua pesquisa atual envolve: *fake news*, pós-verdade, censura, liberdade de expressão, de imprensa e direito à informação, regulação de meios de comunicação, classificação indicativa, redemocratização, análise de discurso crítica, identidade nacional, estereótipos, narrativa jornalística e produção de correspondentes internacionais.

Data: 16 de janeiro de 2019

1. Como surgiu o curso de Jornalismo e Atualidades no Colégio Stockler?

Paganotti: O primeiro curso começou em 1999, com o Rodrigo Ratier, que atualmente é professor na Cásper Líbero. Na época, ele dava aula no Projeto Redigir, um curso de redação sobre Atualidades e Cidadania. Aí ele que foi chamado pelo Colégio Stockler para fazer um curso de Jornalismo e Atualidades, em uma época que isso ainda não caia no vestibular, mas já começava a ser cobrado em redações, junto às questões de geografia, de história. O Stokler foi pioneiro nessa época, de puxar a discussão de Atualidades para sala de aula.

O Rodrigo criou esse curso para Ensino Médio, uma aula por semana na 1ª série, e duas aulas por semana na 2ª e na 3ª série. Na 1ª série, a ideia era fazer uma ponte com redação, e na 2ª série produzir veículos laboratoriais, na época, era um jornalzinho, uma espécie de revista, bimestral, com textos de alunos, imagens, fotografias, que era editado e impresso pelo colégio e circulava entre as famílias.

Eu assumi em 2007, mais ou menos no mesmo modelo que o Rodrigo tinha criado, e tentei dar uma adaptação nesse curso. Em 2010, a primeira mudança que eu fiz foi transformar o jornalzinho laboratorial em blog, em edições quinzenais. Os alunos escreviam os textos, e o blog também circulava nas redes do colégio, em uma época em que não existiam redes sociais. Já na 3ª série, a ideia é que fosse mais focado em geopolítica, em questões mais complexas, uma revisão para o vestibular.

Mais ou menos nessa época, o colégio abriu também o Ensino Fundamental, e o curso de Jornalismo passou a ser dado uma vez por semana do 6º ao 9º ano do Fundamental. Quem desenvolveu esse curso foi a professora Paula Takada, que trabalhou na Nova Escola. Esse curso era mais voltado para novas tecnologias, e os alunos produziam programas de rádio, web-séries, animação. Eles faziam mecanismos de mídia, não era ainda apontado para o jornalismo, mas já era para mostrar para os alunos o que é um jornal e como consumir as notícias criticamente. Essa era a estrutura inicial do curso.

2. Essa é uma disciplina obrigatória na grade curricular? Ou é uma atividade optativa?

Paganotti: Todos os alunos cursam, tem recuperação, provas. Desde o ensino fundamental, ela é obrigatória, é um dos componentes básicos do curso. As aulas são de cinquenta minutos, e se misturam à rotina puxada das turmas, eles têm muitas aulas, atividades de sábado, como cinema, saídas culturais, viagens. Na 3ª série, é uma aula por semana. Na 1ª e 2ª, são duas aulas por semana.

3. E como a aula de Jornalismo e Atualidades funciona?

Paganotti: A ideia da aula é focar na leitura de produtos midiáticos, pode ser uma foto, um gráfico, um vídeo, textos, tabelas, qualquer elemento que traga um tópico para discussão. Normalmente eu trago no final da aula anterior, jogo a proposta para discutir na próxima aula, e dou o tema. Faço uma pergunta, para eles tentarem na semana que eles têm até a próxima aula para pesquisar sobre o tema.

Eu faço uma pergunta, jogo uma pergunta, chamo de cenas dos próximos capítulos, como se fosse uma cena de novela. Na semana seguinte, eles trazem tudo que pesquisaram, e isso já ajuda a debater. Eles percebem que precisam de mais informações, não adianta chegar passivamente na aula, é uma aula expositiva, mas eles precisam também procurar essas informações e fazer as pesquisas. No começo da aula, aproveito para falar das principais notícias, perguntar o que eles não entenderam. Eu chamo esse momento de Plantão do Apocalipse, o que está acontecendo. Logo no início do curso, eles vêm comigo os critérios de noticiabilidade, então notícias que tem impacto, relevância histórica, proximidade, esses critérios que aprendemos no jornalismo, para saberem que tipo de questão está na ordem de ser discutida, e questões que são simples curiosidade. Eles entendem porque alguns temas têm mais relevância do que outros. Eu mostro questões de vestibular, para verem o que eles serão cobrados. Depois desse plantão, eu tento coletar as informações que eles trouxeram da pesquisa, em cinco, dez minutos. Normalmente eu levo um texto, infográfico, enfim, algo que complemente as informações, e raramente alguém já tinha visto esse conteúdo em casa. Aí eu mostro pra eles como é importante ter uma pluralidade de fontes, de profundidade, sobre o que se está lendo. Eles acompanham o conteúdo, dou uma aula expositiva bem curta, para complementar o que eu esperava que eles deveriam ter encontrado e que eles não trouxeram, o que varia muito de classe pra classe.

4. Quantos alunos por sala?

Paganotti: Cerca de 25 alunos por sala, o que favorece o debate. São até cinco turmas em cada série.

5. Como você lida com temas complexos?

Paganotti: Todo ano, por exemplo, eu dou uma aula sobre conflitos entre Israel e Palestina, eu faço uma sequência didática de três aulas, começo pelo problema atual, por uma notícia, e aí eles procuram informação atual, eu volto no passado, com a origem do conflito, até chegar a atualidade, e como isso se conecta com a atualidade.

6. O jornalismo, nesse caso, é um apoio para se discutir temas da atualidade?

Paganotti: Isso, e minhas aulas tem relação com história, física, são multidisciplinares. Eu trago paralelos, como biologia para falar de aquecimento global, sempre tem paralelo, esses conhecimentos não ficam separados em caixinhas diferentes, quando eles foram discutir, podem usar esses conhecimentos. Na aula sobre crise econômica, por exemplo, emprego, Brasil, porque os EUA estão mexendo com taxas de juros, eu verifico o que eles viram sobre antes, eles precisam ver a conexão com as outras áreas.

7. E o que difere o curso do Stokler das outras aulas de Atualidades que os colégios disponibilizam para os alunos?

Paganotti: Dois critérios importantes: atualidades envolve só conteúdo, no terceiro ano, no Stockler, ela vira Atualidade. No segundo e no primeiro, e também no Fundamental, é Jornalismo, maior parte do ano. Em Atualidade é conteúdo, a informação que interessa. O que aconteceu, por que aconteceu, quais os impactos possíveis, o que eu tenho a ver com isso. Quando a gente fala de jornalismo, estamos falando dos mecanismos de produção, eles têm que entender o que é uma rede social, como as notícias chegam nas redes sociais, quais são os critérios de noticiabilidade, os efeitos posteriores. Quando você publica uma informação, o que pode acontecer, discutir sobre privacidade, cyberbullying, uma revista, um jornal, fake news, como se separa uma fonte de credibilidade com uma fonte questionável. Tudo isso é discutido na disciplina de jornalismo.

No Fundamental, eles já vêm mais sobre diferença entre fato e opinião, viés e linhas editoriais. No primeiro ano, veem mecanismos de produção, privacidade, *cyberbullying*, exposição de dados, os professores falam, além das atualidades, precisam incluir esses temas. Se vou falar de um tema, vou trazer textos da Veja e da Carta Capital, para mostrar coo a linha editorial é diferente em algumas questões. Pego uma revista há quinze anos e discuto como a linha editorial pode mudar. É a discussão de temas atuais, mas a discussão também é focada na parte de jornalismo.

Outra diferença é a produção textual. Em Jornalismo, eles realmente fazem textos, principalmente do Fundamental a 2ª série do EM. No fundamental, as produções são focadas na oralidade, como programas de rádio e televisão, até chegar no 2 ano, que é o mais sofisticado, que é o artigo de opinião do blog, aí demanda que eles tenham visto argumentação, na disciplina de Redação, é uma forma de pensar essas proximidades.

Preocupação com os mecanismos de produção, como a mídia produz noticia, e os alunos produzem. Seguindo a lógica do Buckingham, que para você ter *media education*, você precisa conhecer os meios de produção e também ser um produtor crítico, tem que consumir e produzir criticamente.

8. E qual o impacto dessa disciplina nos alunos?

Paganotti: Os alunos mais dedicados têm um olhar menos ingênuo, em geral, do que os alunos que a gente pega no Fundamental, ou então os alunos que entram no meio do caminho. Esses alunos, por não terem visto esse conteúdo nas outras escolas, percebo uma certa dificuldade. Alunos que vem de outros colégios, que fazem jornal-laboratório como disciplinas optativas, já vem com esse conhecimento, outros sofrem com essa adaptação. Sabemos que não são todos os colégios que têm condições de oferecer uma disciplina obrigatória como o jornalismo para todos os alunos, desde o Fundamental.

9. Como o assunto *fake news* foi abordado na sua aula?

Paganotti: No final de 2016, com o Brexit e o Trump, senti, no começo de 2017, que precisava ter uma aula só sobre esse fenômeno, das *fake news* e a questão da pós-verdade. Então, a partir daí a aula inicial, de todos os cursos que eu dei, em 2017, foi a questão das *fake news*. Comecei falando sobre esse conceito, quatro semanas de aula falando sobre isso, conceitos, como sinalizar, como identificar e consumir de forma crítica, e as questões que eles me colocavam, algumas eu procurava na bibliografia, algumas eu não encontrava, foi aí que eu senti a necessidade de pesquisar mais coisas, tentar me aprofundar nesse lado.

Percebi essas lacunas pelas perguntas dos alunos, e achei que tinha um projeto de pesquisa interessante aí, tinha terminado meu doutorado, e pensei que esse tema poderia ser um tema legal de pós-doutorado, e pensei em discutir a questão do *fake news* no jornalismo.

Aí explodiu a demanda, fui chamado para falar do assunto em diversos lugares. Achei uma coisa quente, que ainda não tem muita gente discutindo isso no Brasil.

10. Foi a partir daí que nasceu o projeto Vaza Falsiane?

Paganotti: No segundo semestre, fui convidado para participar de um grupo de pesquisadores/jornalistas para conversar com o Facebook para falar um pouco sobre o conceito, que problemas a gente enxergava, que soluções pensávamos. Participamos de alguns encontros no final de 2017 e eles abriram um edital para esse grupo inicial que eles fizeram contato. Me uni ao Leonardo Sakamoto e ao Rodrigo Ratier, e fizemos um projeto inicial para conversar com o Facebook, foi aprovado e em 2018 começamos o Vaza Falsiane. O Sakamoto entrou com a parte institucional com o Facebook e trouxe a pesquisa que ele realizou em Nova York, que resultou no livro "O que aprendi sendo xingado na internet", sobre polarização e o discurso de ódio nas redes, que é um dos elementos que acaba contribuindo para essa ultrapolarização nas redes sociais. O Rodrigo vem com a experiência dele em sala de aula e em plataformas de digitais de ensino, que ele fazia na Nova Escola, ele tinha experiência em cursos massivos, em MOOCs, e já tinha uma equipe que fazia isso, e eu entrei com o conhecimento mais acadêmico, com a parte da pesquisa de Fake News, que era o que eu estava estudando essa época, há sete meses, mas comparado com o resto, já estava bem adiantado.

11. E quais os resultados e impactos do projeto até agora? Como foi o alcance do curso disponível no site do Vaza Falsiane?

Paganotti: Lançamos em agosto, até agora temos mais de 15 mil usuários únicos, no Facebook são mais de 60 mil curtidas, já foram quase 2 milhões de pessoas impactadas com o conteúdo. São dez horas de curso, então nosso foco no primeiro semestre era chegar nas pessoas pelas redes sociais, foram mais de 30 palestras em universidades, escolas, associações de trabalhadores. Fizemos assessoria de imprensa, foram quase 60 reportagens, e a principal plataforma que era o Facebook. A ideia era tentar que os conteúdos circulassem no Facebook, com memes, vídeos, na plataforma, para compartilhar.

Em 2019, o foco são os concluintes, queremos falar com coordenadores de cursos universitários, em horas complementares, então deixamos esse foco para esse ano. Tem muita gente que começou, e ainda não terminou. Estamos de olho nesse público. Tenos algumas novidades para esse ano, mas um dos nossos focos são os concluintes.

O curso é modular, então as pessoas podem fazer por temas, que tem mais interesse. Alguns querem coisas mais básicas, então vão fazer só os primeiros módulos. Queremos produzir material didático com eles.

Ainda precisamos trabalhar com foco em universitários, professores, terceira idade. Estamos pensando em capítulos sobre as eleições no Brasil, por exemplo.

12. Como mesclar teoria e prática em cursos de *news literacy*?

O curso do Stokler é voltado para um mecanismo dialógico, sabemos que essa não é a realidade das escolas e não é replicável. Acho que uma boa experiência para tentar se replicar é um canal no Youtube chamado *Crash Course*, do John Green, e lançaram um conteúdo recente sobre Navegação em Mídia Digital. Eles conseguem pegar teorias bem complicadas, e com uma linguagem bem acessível e própria para esse tipo de público. São vídeos longos, cerca de 10 minutos, mas é um conteúdo que pode servir de apoio para aulas, passar no início e logo depois partir para uma discussão. Não são todos que tem boas legendas em português, mas alguns dá para testar.

A teoria não pode ficar chata. Todas as minhas experiências em sala de aula mostram que não dá para começar falando que é uma discussão teórica. Se você mostra um problema no início, eles não sabem responder, eu mostro o caminho e associo à teoria X, aí eles entendem e conseguem ter uma certa receptividade. Para esse público, sair do concreto, do que acontece na vida deles, da notícia que ele viu essa semana, e aí tentar responder um problema.

Leandro Beguoci

Diretor editorial e de produtos da Associação Nova Escola, organização que edita conteúdos e produz serviços para professores e gestores de escolas no Brasil. Entre suas iniciativas estão a maior revista e o maior portal para educadores do país. Antes de Nova Escola, Beguoci foi editor-chefe e *head* de *branded content* da F451, startup de jornalismo e conteúdo, onde organizou o modelo de negócios da organização. Também foi editor-chefe do grupo FOX no Brasil, onde organizou e estruturou a área digital da companhia. Foi também editor-executivo do iG, responsável por novos produtos e reformulação editorial, e repórter da Folha de São Paulo e da revista Veja. É jornalista formado pela Faculdade Cásper Líbero, mestre em governança em mídia e comunicação pela London School of Economics e fellow em empreendedorismo em jornalismo pelo Tow-Knight Center da CUNY (City University of New York).

Data: 3 de julho de 2018

1. Quais as iniciativas da Nova Escola para ajudar o professor a combater as *fake news?*

Beguoci: Na Nova Escola, estamos trabalhando para combater notícias falsas que afetam a educação, uma tentativa de redução de danos a longo prazo para algo que as pessoas não conseguem ver que é nocivo, tentar prevenir danos que podem acontecer no futuro.

A outra coisa é tentar desarmar bombas que estão colocadas hoje, que já afetam a sala de aula agora. E boa parte disso está relacionado ao movimento escola sem partido, com várias notícias falsas e desinformação. O resultado concreto são leis inconstitucionais que cerceiam o direito

do professor de dar aula, e a carreira docente fica cada vez menos atrativa. Não conseguimos desmentir todas as informações que circulam no ambiente escolar, tem informações sobre política, saúde, comportamento, o que a gente faz é falar para os professores sobre a importância de checar informação e combater notícias falsas. Defendemos a veracidade em sala de aula e oferecemos ferramentas aos professores para trabalharem esse tema. No momento, estamos trabalhando com dois projetos: Mentira na Educação, não! e Nova Escola Confere Também estamos tocando um projeto de educação midiática para falar aos professores sobre a importância da checagem. Começou com a matéria 312 com uma série de conteúdos online voltados para a formação do professor, o que demora mais para chegar aos alunos, mas é o início de um trabalho. Com o site e a revista, alcançamos abrangência nacional, proporcional ao tamanho da população.

2. Qual o impacto desse trabalho?

Beguoci: Sinto que está começando a demanda para o trabalho sobre fake news, que dói primeiro em jornalista. É o nosso objeto de trabalho, estamos vendo isso o tempo inteiro, as pessoas ainda não têm muita noção do quanto a vida a está sendo afetada. Tem uma tendência de as escolas fazerem isso, mas vai levar tempo. Diante da desordem informacional, é fundamental deixar claro qual é o papel da escola, o que a escola deveria fazer ou não. A escola é instituição tem uma atuação grande, mas não é infinita.

Dito isso, eu acho que com a nova Base Nacional e suas competências bem definidas, já é bastante coisa no combate às *fake news*. Uma das bases é pensamento criativo e crítico e várias disciplinas ao longo do ciclo escolar, eu como a formar alunos que não vão acreditar em tudo que escutam. Outra questão da base é Responsabilidade e Cidadania, você tem que ser responsável com a produção de conteúdo, com as coisas que está produzindo. Garantir que os alunos são responsáveis, todos são responsáveis.

Se difundir notícias falsas, tem essa sensação que não é responsável. Isso pode mudar. Isso é transversal, tem que estar no radar dos professores, serem cobrados. Vamos contribuir que os alunos tenham senso crítico e não caiam na conversa de youtubers.

Os professores precisam estar preparados e empoderados sobre esse ponto, ele também é um difusor de informações.

3. E o que você enxerga como próximos passos nesse trabalho?

Beguoci: A prioridade agora é combater a disseminação de notícias falsas. A segunda frente é a mobilização frequente, que não funcione só no ciclo eleitoral. E em terceiro lugar, a educação é importante, nas não funciona sozinha, tudo isso tem que estar bem endereçado, mas é longo prazo. E se ficar restrito, não funciona. Pensando no ponto de vista jornalístico, temos que ser mais responsáveis pelo que a gente publica e deixar claro como a gente trabalha.

Silvia Helena Andrade

Formada em Pedagogia, com especialização em Psicopedagogia e mestrado em Gestão Educacional. Profissional sênior de educação com trinta anos de experiência em escolas da rede particular de São Paulo. Atuação na orientação e coordenação do trabalho pedagógico multidisciplinar nos segmentos de Educação Infantil e Ensino Fundamental, com passagens

por colégios como São Luís, em São Paulo. Em paralelo é voluntaria credenciada pela AACD contribuindo com o trabalho de suporte aos profissionais e acolhimento às famílias.

Data: 30 de janeiro de 2019.

1. Nos Estados Unidos, o currículo de *news literacy* é difundido por universidades e organizações não-governamentais, mas ainda não é obrigatório no currículo da educação básica. Mesmo com todas essas iniciativas, algumas que já duram mais de dez anos, o país sofreu sua pior crise de desinformação com a eleição do presidente Donald Trump. Muitas iniciativas já acontecem no Brasil nessa área, com planos de aula oferecidos pela Nova Escola, cursos extracurriculares que trabalham Atualidades e Jornalismo, mas o tema é trabalhado de forma difusa, sendo prioridade em algumas escolas, como o Colégio Stokler, em São Paulo, que inseriu o curso como disciplina obrigatória na grade curricular desde o ensino fundamental. Como você enxerga a aplicabilidade desse tema em sala de aula?

Silvia: Partindo de uma breve análise do contexto político-social atual, tenho a percepção de que a abordagem desse tema se mostra emergencial. Todos os documentos de caráter educacional, (tanto os legais como os das grandes Instituições de ensino) apontam para a necessidade da formação integral dos alunos. Embarca nessa dimensão, integral e integradora da educação, a preocupação com o desenvolvimento do pensamento crítico e a tomada de consciência ética dos alunos, numa perspectiva de definição de qual indivíduo queremos formar e para qual sociedade. Saber ler e interpretar o que está nas entrelinhas de uma notícia, pesquisar a fonte, identificar posições ideológicas presentes, desenvolver a linguagem argumentativa, são habilidades necessárias na formação de cidadãos compromissados socialmente. Iniciativas de prevenção a manipulação de informações são bem-vinda em qualquer contexto, no contexto educacional elas são obrigatórias.

A possibilidade de desenvolver esse tema em cursos extracurriculares também é bem interessante. Um bom diferencial na grade de opções das grandes escolas. Minha preocupação é que, com esse formato, escolas públicas fiquem de fora.

2. É um conteúdo que teria mais espaço dentro de Língua Portuguesa, como está previsto na BNCC?

Silvia: As possibilidades de integração desse tema com o componente curricular Língua Portuguesa são infinitas. Porém é possível identificar links bem significativos em todo o documento.

Numa ação interdisciplinar, professores de História, Sociologia e Português teriam a oportunidade de desenvolver um projeto maravilhoso. Existem conteúdos em Matemática e Geografia compatíveis com o desenvolvimento do tema.

Enfatizo a necessidade de investimento na formação de professores. Instrumentalizá-los para o desenvolvimento desse trabalho é fundamental.

3. Como você enxerga que seja a melhor forma de avaliar o aprendizado dos alunos em um tema transdisciplinar, como é o curso de *news literacy*? E como conciliar conteúdos teóricos com a prática?

Silvia: Dentro de uma concepção de avaliação processual, a elaboração de um portfólio, documentando etapas do projeto, é uma opção. A elaboração de um instrumento de autoavaliação, fazendo com que o aluno avalie sua forma de pensar e seus progressos a partir da análise de suas produções é outra alternativa. Uma forma não exclui a outra e as duas são válidas. Formas tradicionais de avaliação também cabem. Nesse modelo, o aluno pode analisar algumas notícias ou até mesmo criar uma notícia de acordo com os tópicos aprendidos.

Dentro da BNCC, no componente Língua Portuguesa, está previsto o trabalho sistemático com textos jornalísticos/midiático e linguagem argumentativa, por esse motivo não vejo dificuldade de integração entre teoria e prática. Essa conciliação não é forçada, ela é natural.

Em História, a compreensão do contexto atual parte da análise dos documentos históricos. As notícias são documentos históricos riquíssimos que permitem um trabalho dentro dessa proposta.

Em Matemática, a análise de gráficos e tabelas constituem, ao meu ver, um bom cardápio de trabalho integrado ao conteúdo teórico pelo eixo "tratamento da informação".

Enfim, existe uma possibilidade concreta de elaboração de um bom projeto interdisciplinar trabalhando notícias da atualidade, compatível com as séries finais do Ensino Fundamental e Ensino Médio.

Vale ressaltar que as aprendizagens estão embasadas no desenvolvimento de habilidades. Os conteúdos são desenvolvidos por habilidades. Portanto, o tema pode ser desenvolvido em várias componentes.

O fato de estar completamente integrado ao componente Língua Portuguesa, o trabalho com os demais não deve ser desconsiderado.

Richard Hornik

Richard Hornik é diretor do *Overseas Partnership Programs*, do *Center for News Literacy*, da Stony Brook University, onde leciona jornalismo desde 2007. Foi professor visitante na Universidade de Hong Kong. Jornalista e executivo de notícias com mais de 30 anos de experiência global, é também consultor editorial. Projetou e implementou reorganizações editoriais na Reuters e na Harvard Business Review. Em 2011, ele atuou como editor interino da Harvard Business Review. Em 2001, Hornik se aposentou de sua posição como editor executivo da AsiaWeek, tendo 24 anos nas publicações da Time Inc. Dirigiu a cobertura externa da TIME entre 1994 e 1997 e atuou como chefe de sucursal em Varsóvia, Boston, Pequim e Hong Kong e como correspondente nacional de economia em Washington, DC e editor de negócios da Europa em Londres. Hornik é co-autor de *Massacre in Beijing: China's Struggle for Democracy*, e escreveu para Foreign Affairs, Fortune, Smithsonian e The New York Times. É membro do Council on Foreign Relations e do Overseas Press Club. Possui M.A. em estudos russos da George Washington University e um B.A. em Ciência Política pela Brown University.

Data: 28 de janeiro de 2019

1. How do you see the application of the news literacy curriculum in developing countries, such as Brazil, which, in addition to pursuing better results in middle and high school, still suffers a crisis of reliability in the press? What are the main challenges?

Hornik: I have been responsible for spreading News Literacy abroad for the past 7 years. In brief, we believe that News Literacy concepts can be taught in a wide variety of socio-cultural, political and economics environments. Although most of our experience overseas is at the

university level, our partners in Hong Kong, Vietnam, Russia and Poland all have interesting initiatives in middle and high schools. I suggest you read the following articles that outline our underlying philosophy for helping educators adapt our curriculum to their needs. (Let me know if you have trouble accessing these materials, and I will provide them separately.) The bottom line is that educators seeking to use our approach, must locate the curriculum by using examples relevant to the life experiences of the students - admittedly a difficulty task.

José Luis Landeira

Graduação em Letras, pela Universidade de Coimbra, Portugal, com mestrado em Filologia e Língua Portuguesa pela Universidade de São Paulo e doutorado em Linguagem e Educação pela Universidade de São Paulo e pós-doutoramento pela Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, em Portugal, no Programa de Pós-doutoramento em Materialidades da Literatura. Em 2018 foi condecorado, pelo Ministério da Educação, com a comenda da Ordem Nacional do Mérito Educativo. É um dos quatro redatores do componente de Língua Portuguesa na terceira versão da Base Nacional Curricular Comum (2016/2017) implementada em todo o território nacional. Foi também revisor do componente de Ensino Religioso da BNCC (2016/2017). Presta assessoria e consultoria na área das (1) Artes e Literatura, (2) Educação Literária, (3) Educação e Currículo, (4) Metodologia de Ensino da Língua Portuguesa e de suas Literaturas e (5) Linguagens e Letramentos a diversas instituições, das quais, cabe destacar: Ministério da Educação (MEC), Secretaria de Estado de Educação - São Paulo, Museu de Arte Sacra de São Paulo, Sindicato de Engenheiros do Estado de São Paulo, Associação Madre Cabrini, Rede Salesiana de Escolas e ACF - Associação Cultural Franciscana, Editora Moderna, Editora Paulus entre outros. Participou como proponente da apresentação 'A palavra andarilheira na poesia de Manoel de Barros:ecos para o fazer educativo' e do pôster 'Como construir conhecimento em época de hipertextos? Pensar em mosaico", recolhidos em livro com ISBN 9789492805027. Em 2018, organizou o livro A prática de ser professor: as teorias em sala de aula (ISBN: 9789895225712), do qual é autor de três capítulos sobre metodologia de ensino, além da introdução. É professor universitário, nos componentes 'Laboratório de Linguagens' e 'Didática e Currículo'. É professor convidado do Museu de Arte Sacra de São Paulo, de componentes associados a (1) Estudos Literários e (2) Cultura Medieval. Tem experiência na área de Ensino, Artes e Letras, com ênfase em Linguagem e Educação, atuando principalmente nos seguintes temas: educação literária; formação de leitores; metodologia do ensino de língua portuguesa; análise de poesia; literatura medieval; literatura, identidade e transcendência; língua portuguesa; metodologias de ensino e multiletramentos. Orienta, por meio de projeto de pesquisa, parte dos trabalhos curriculares para o Complexo Educacional Internacional Boa Vida, situado em Angola. É também um dos quatro redatores do Currículo do Estado de São Paulo, do componente Língua Portuguesa. É autor de coleções, livros e outros materiais didáticos nas áreas de Língua Portuguesa, Filosofia e Ensino Religioso, sendo que em 2018 sairá pela editora Paulus uma coleção didática para Ensino Médio com proposta inovadora e interdisciplinar. É um dos diretores da empresa Culturarte: Cultura, Pensamento e Linguagens, que realiza pesquisas e promove estudos nas áreas de Educação, Literatura, Cultura e Artes. Por meio dela tem desenvolvido, com uma equipe de pesquisa, a plataforma CultChannel, de divulgação de vídeos e cursos. Foi, de outubro/2017 a junho/2018, pesquisador bolsista do Observatório de Educação da Universidade Brasil, campus Itaquera/SP.

Data: 5 de fevereiro de 2019

1. Nos Estados Unidos, o currículo de *news literacy* é difundido por universidades e organizações não-governamentais, mas ainda não é obrigatório no currículo da educação básica. Mesmo com todas essas iniciativas, algumas que já duram mais de dez anos, o país sofreu sua pior crise de desinformação com a eleição do presidente Donald Trump. Muitas iniciativas já acontecem no Brasil nessa área, com planos de aula oferecidos pela Nova Escola, cursos extracurriculares que trabalham Atualidades e Jornalismo, mas o tema é trabalhado de forma difusa, sendo prioridade em algumas escolas, como o Colégio Stokler, em São Paulo, que inseriu o curso como disciplina obrigatória na grade curricular desde o ensino fundamental. Como você enxerga a aplicabilidade desse tema em sala de aula?

Landeira: Há uma abordagem do tipo "cebola", em várias camadas, que se faz necessária. Antes de tudo, temos de pensar nas diferentes articulações presentes no processo de literacia: alfabetização, relações sociais com a leitura, relações linguísticas e semióticas etc. E, efetivamente, no professor e nos outros elementos constitutivos do fazer pedagógico: coordenadores, assessores, diretores etc e inclusive a família. Sem uma boa e séria estrutura voltada para a competência leitora, mais uma teoria ou mais um conteúdo programático será, apenas, mais peso no currículo. Por outro lado, esses elementos são um plural complexo que trabalha (ou deve trabalhar) solidariamente: então tudo de novo que se colocar nessa equação deve ser visto com cautela, para que promova efetiva mudança. Trocar o "sublinhe o adjetivo" por um "sublinhe a lide" não me parece realmente eficiente. Sem clareza de aonde se quer chegar, teorias e novidades podem apenas sobrecarregar ou fazer que um seis se torne simplesmente meia dúzia. Naturalmente, trazer o mundo real para a sala de aula é importante e o texto jornalístico e as várias manifestações das novas linguagens fazem parte desse novo: espaço de intersemioticidade em que a linguagem verbal interage com outras, como a visual, em que o formal e o informal se intercruzam etc. Mas também isso exige que se conheçam bem os elementos em separado e que se vivenciem as realidades comunicativas de uma perspectiva que não dissocie a prática social real dos análise em perspectiva científica promovida pela escola. O maior problema é que alguns educadores ainda mantém uma atitude centrada no "dar nota alta para o certo e punir o errado" e ao introduzir novas perspectivas curriculares, mantendo a mesma atitude, então o que se tem é uma translação que nada muda. Fica agora desde o "classifique os adjetivos da notícia a seguir" ou "quais as partes essenciais de uma reportagem", mas a formação leitora, efetivamente, fica de lado. As estratégias de leitura e de relação social com o texto não chegam, de fato, à práxis do educador (e não apenas do professor de língua portuguesa).

Eu não vejo, portanto, que a questão seja tanto de novos conteúdos trabalhando "Atualidades e Jornalismo" ou uma disciplina obrigatória centrada em novos letramentos, mas de construir uma atitude que reflita um novo currículo e uma nova metodologia que parta do que se tem para o que se deseja, com os passos bem definidos e com a estrutura necessária (cultural, metodológica e física) para isso. É dentro dessa atitude para com o currículo e com a metodologia que o mesmo suscita que nos movemos na elaboração da BNCC e me movo profissionalmente na função de assessoria: o currículo tem que ter conteúdos, mas esses conteúdos devem sugerir uma metodologia que encontre ecos no modo do educador fazer e sentir a educação. E as mudanças curriculares devem ser ao mesmo tempo gradativas, para dar conta da transformação do aluno nas suas possibilidades, e rápidas para evitar a fossilização de erros que apenas mascaram o novo com o antigo que não funciona.

2. Como foi o processo de criação do campo jornalístico-midiático e seus objetivos, dentro da BNCC? Quais foram as inspirações, tanto teóricas quanto práticas, para o desenvolvimento das diretrizes?

Landeira: O maior receio era que o campo refletisse um fazer do professor em sala de aula e que chegasse ao aluno como uma mudança possível na aprendizagem. Ao mesmo tempo, respeitamos os conhecimentos linguísticos bem estruturados e fugimos, o melhor que pudemos, das simplificações que podem resultar na banalização dos conhecimentos. A questão é que o núcleo - formação do leitor e do produtor de textos - esteja presente em cada opção, centrado nas relações solidárias entre os diferentes conhecimentos. Assim, um campo não é visto fora da alçada dos outros e, até mesmo, do diálogo com as outras disciplinas.

3. Como você enxerga que seja a melhor forma de avaliar o aprendizado dos alunos em um tema transdisciplinar, como é o curso de *news literacy*?

Landeira: Então, como disse, não sei se o curso de "news literacy" é um simples tema transdisciplinar. É o que é central é que um conjunto de competências e habilidades seja efetivamente desenvolvido nos alunos: competências e habilidades assumidas pela escola no seu fazer pedagógico e ecoando no respaldo ao professor. Essa questão dos ecos é importante, porque eco é um barulho e pode ser um simples ruído. Pessoalmente, desconfio de que fala muito "eu faço assim, faço assado". Ecoar aqui, neste texto (e usei a palavra algumas vezes), retoma a ideia da pedra lançada no lago e que move a água toda, para além de onde ela caiu. Então, não é apenas colocar o jornal, o computador, o celular na escola, mas pensar "o que efetivamente de novo isso pode trazer para os processos de construção do indivíduo? Que habilidades, de fato, eu me proponho a desenvolver?". No final de 90, em escolas do município de Poços de Caldas, desenvolvemos, eu e uma professora de matemática, modos de trabalhar o hipertexto (que era a moda do momento) a partir de cartazes de cartolina, uma vez que o computador ou um bom celular não era realidade daquele coletivo. A questão era "O que há no hipertexto que deve ser aprendido e funciona em outros espaços além do computador? Como desenvolver um leitor de hipertextos? Onde e como se leem hipertextos?". O princípio, acredito eu, ainda é válido. Então não é deixar de lado o adjetivo (é bom saber o que é um adjetivo e onde ele se encontra numa frase), mas notá-lo na realidade plural e interativa da linguagem, em suas diferentes manifestações, com diferentes expressividades e possibilitando que o aprendiz desenvolva autonomia para, ao ler e ao produzir textos, fazer uso real dessas respostas que ele construiu.

Rodrigo Ratier

Professor do curso de jornalismo da Faculdade Cásper Líbero (SP). Doutor em Educação pela Universidade de São Paulo (FE-USP), com participação no Programa de Doutorado Sanduíche no Exterior, fomentado pela CAPES, na Université Lumière Lyon 2. Pesquisador do Grupo de Pesquisa Práticas de Socialização Contemporâneas (GPS-FEUSP). Repórter especial da revista Nova Escola. Diretor-suplente da Associação dos Jornalistas de Educação (Jeduca). Possui experiência na área de Educação, com ênfase em Sociologia da Educação, e em Comunicação, com ênfase em Jornalismo de Educação, edição de revistas e jornalismo digital

Data: 16 de janeiro de 2019

1. Como foram as suas experiências em sala de aula da educação básica para falar de jornalismo – ou como usar suas ferramentas para consumir notícia de forma mais

consciente? O que você diria que funciona e o que não funciona quando se trata desse tema?

Ratier: Quando entrei no Stokler e criei o currículo, eles não sabiam muito bem o que queriam com aquilo. O colégio era de elite, muito voltado para o vestibular e para justificar a mensalidade alta, e sem ter contrapartida como infraestrutura, trouxeram algumas disciplinas diferentes, como o jornalismo. A disciplina não tinha como finalidade única essa formação de senso crítico do receptor. No primeiro ano, trabalhávamos vários gêneros da comunicação, discurso jornalístico, discurso publicitário, a gente transitava por várias formas que podiam ser jornalistas ou não. No 1º ano, era uma aula mais laboratorial, mais voltada para práticas e procedimentos jornalísticos, como pauta, apuração, edição, e sob minha orientação, os alunos faziam tudo. Já no 3 ano, era voltado para Atualidades para leitura das notícias, não focando nas competências.

Jose Martinez de Toda, padre colombiano, problematizou a questão do senso crítico –e propôs organizá-lo em seis dimensões – sujeito crítico, sujeito alfabetizado midiaticamente, um sujeito maduro, ele conecta e desconecta com os meios de uma maneira equilibrada, sem fazer isso de forma xiita e nem submerso em meios de comunicação, o terceiro é um receptor crítico, capaz de compreender os interesses que estão por trás da notícia, o que o relato jornalístico possui, graus de subjetivos. Na dimensão da produção, ele fala em um sujeito ativo, capaz de assistir um programa, um sujeito social, que para entender as mensagens de comunicação consulta amigos, lê coisas, troca ideias com parentes, sujeito criativo, que é capaz de pegar as mensagens da mídia e construir seu próprio discurso e sua própria dimensão midiática.

Eu tive uma atuação bacana na atuação não-formal, no Projeto Redigir, que está fazendo 20 anos, e testei um curso de educação para os meios, começou como o nome "Como não ser enganado pela mídia", e depois virou "Entendendo a mídia", e depois virou "Comunicar para mudar o mundo". O trabalho pedagógico realizado foi descrito no meu mestrado. Lá eu trabalhava recepção e produção, abria a roda de debate, espaço para discussão, trazia os alunos para o protagonismo da aprendizagem.

Sempre tinha uma produção final, não existe jornalismo de mentirinha, faz matéria para crivo social, e era o começo do Youtube e metade da classe queria fazer um telejornal e outra metade queria fazer um Altas Horas, notícias com programa de auditório. Ali tem um relato de caso mais robusto.

2. Será que o jornalista é o profissional correto para fazer esse trabalho com os alunos?

Não sei, eu acho que tem algumas condições. Tem que ter uma instituição que compre esse projeto. Precisa estar muito entranhado na política da escola, se estiver a cargo do professor idealista, e a escola está rezando por uma cartilha de ensino integral, e conteudista, muito voltado para o vestibular, e tradicional, muito voltado para o professor. E ao menos que seja muito explicado para o aluno, é difícil pela explicação.

Não dá pra dissociar a disciplina de senso crítico dos alunos é o aluno, não é a disciplina, isso pode ser feito como síntese.

3. O curso, aplicado à realidade do Brasil, daria conta de atender às demandas da BNCC sobre o campo jornalístico-midiático, e também sobre a formação do professor para ser o mediador desse curso de News Literacy, que hoje está a cargo do docente de Língua Portuguesa.

Ratier: Acabei me desligando da base quando sai da Nova Escola. A base não é garantia de nada, é um documento. No tema que você investiga, ele precisa vir acompanhando de formação. O estudo do gênero informativo, do gênero jornalístico dentro do gênero informativo, já é novo, imagina a discussão sobre temas *fake news* e desinformação. Na formação inicial, é muito difícil que você tenha um professor de língua portuguesa para isso. As universidades estão putas com a BNCC, e fizeram a base de costas para a universidade, foi um processo. Faltou costura para quem forma o professor. Formação continuada pelas secretarias estaduais e municipais, que deveria contar com bons formadores. Tem boa gente falando do tema, mas falta gente para formar professores. Não é só falar, é sugerir didática, encadeando currículos, não vejo nem o corpo técnico da secretaria, nem fornecedores externos estão preparados para fazer a formação do professor de língua portuguesa.

Como alternativas, poderíamos abrir um campo para jornalistas. É uma luta da turma da educomunicação. São poucas as graduações que trazem em uma licenciatura em comunicação. Nossa experiência é muito sugere, o jornalista não é professor, a gente foi trocando o pneu do carro com o carro andando. Como política pública isso não funciona. Seria legal pensar em licenciatura, uma complementação pedagógica para a galera de comunicação. Um incentivo governamental via instituições públicas para jornalistas, para ampliar, conjugar conhecimentos sobre comunicação e conhecimentos que se obtém sobre licenciatura.

4. Na sua dissertação, você escreveu que os jovens se relacionam com a mídia mergulhando no cotidiano de um espaço em que ela é rotineiramente encarada como adversária: a escola. Você acredita que esse cenário permanece?

Ratier: Escrevi isso antes da disseminação dos celulares, e muitas escolas continuam sendo adversárias da mídia, sobretudo nas telas de smartphone, o que mais tem são leis proibindo celular em sala de aula. Eu acho que a escola, empiricamente, teve que se abrir para o celular, e é o grande ícone dessa presença das mídias. A gente tem algumas outras metodologias ativas, a sala de aula invertida e gameficação que preveem o uso das mídias, das TICs, e acho que essa resistência, tanto que por WO, a escola reduziu um pouco. A escola pública, como instituição, casos isolados, ainda não assumiu o seu papel como interlocutor qualificado, capaz, é papel da escola fazer essa reflexão sobre conteúdos divulgados na mídia.

Estamos falando de conteúdos jornalísticos e não jornalísticos, esses fenômenos borram a fronteira do que é jornalístico ou não. Uma mensagem do WhatsApp falando que na barragem de Brumadinho foi preso, parece uma notícia incidental, para alguns receptadores, tenha o valor de notícia, embora não seja. A escola não assumiu esse papel. É uma instituição refratária a outras instituições, nunca a escola te. A mídia vem em segundo lugar, mas ainda sob essa desconfiança, um desconhecimento que gera desconfiança. Professores não são grandes faz de tecnologias, escolas não permitem experimentações, se familiariza com tecnologia. Acho natural que o discurso ainda seja defensivo, mas a escola teve que aceitar a presença da mídia. Proibir é uma forma de reconhecer a existência da instituição socializadora da mídia. É um lugar feiro para isso.

É importante definir as palavras, o que é esse aluno crítico, do que estamos falando? É o a aluno que vai demonizar a mídia? Ele vai questionar tudo? Sempre me incomodou, ao desmembrar o crítico em seis coisas diferentes.

APÊNDICE B – TERMO DE AUTORIZAÇÃO DAS ENTREVISTAS

INSTRUMENTO DE CESSÃO DE DIREITOS DE IMAGEM E VOZ

Eu, Leandro Humberto Pereira Beguoci, portador do RG de número 28148903-8 e do CPF de número 22491065843, cedo gratuitamente, em caráter definitivo, o uso de minha imagem e/ou voz, para utilização sem fins lucrativos na pesquisa do Mestrado em Produção Jornalística e Mercado (MPPJM) intitulada

News Literacy: uma ferramenta de combate à desordem informacional sob responsabilidade do (a) pesquisador (a) Jéssica de Almeida Santos.

A presente cessão abrange a veiculação irrestrita e por tempo indeterminado na Dissertação de Mestrado descrita acima, bem como em produções científicas e acadêmicas publicadas em meios digitais, eletrônicos ou impressos, que respeitem a finalidade educacional do trabalho para o qual assino esta autorização.

São Paulo, 01 de fevereiro de 2019.

Cedente

Jessica Almeida Santos 4 de fevereiro de 2019 16:41

JS

Re: Entrevista - Dissertação de Mestrado

Para: Rodrigo Gmail

Oi Rodrigo,

Ótimo! Posso te chamar no skype nesse horário?

Gostaria de ouvir um pouco sobre sua experiência em sala de aula de educação básica em cursos de Jornalismo (como o seu início no Stockler), e se você conseguisse dar uma olhada, por cima, no que eu reuni do conteúdo do curso do Center for News LIteracy (a partir da página 5, no doc), seria ótimo. Você vai ver semelhanças com o próprio conteúdo do Vaza Falsiane, mas com um olhar um pouco mais aplicado à sala de aula. Minha ideia é entender se o curso, aplicado à realidade do Brasil, daria conta de atender às demandas da BNCC sobre o campo jornalístico-midiático, e também sobre a formação do professor para ser o mediador desse curso de News Literacy, que hoje está a cargo do docente de Língua Portuguesa.

Ver Tudo de Rodrigo Gmail

News_Literacy.docx

Rodrigo Gmail 4 de fevereiro de 2019 09:35

RG

Re: Entrevista - Dissertação de Mestrado

Para: Jessica Almeida Santos

Hoje consigo falar 21h30. Qual a análise que tenho de fazer?
Bjs

Enviado do meu iPhone

Ver Tudo de Jessica Almeida Santos

Richard Hornik 28 de janeiro de 2019 17:40

(Sem Assunto) Detalhes

Para: Jessica Almeida Santos, Cc: Howard Schneider e mais 1

A Siri encontrou novas informações de contato neste e-mail: Ric... adicionar aos Contatos...

Greetings,

As I have been responsible for spreading News Literacy abroad for the past 7 years, Prof Schneider asked me to respond to your question.

In brief, we believe that News Literacy concepts can be taught in a wide variety of socio-cultural, political and economics environments. Although most of our experience overseas is at the university level, our partners in Hong Kong, Vietnam, Russia and Poland all have interesting initiatives in middle and high schools. I suggest you read the following articles that outline our underlying philosophy for helping educators adapt our curriculum to their needs. (Let me know if you have trouble accessing these materials, and I will provide them separately.)

The bottom line is that educators seeking to use our approach, must localize the curriculum by using examples relevant to the life experiences of the students -- admittedly a difficulty task.

https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1326365X14555280?journalCode=amea

https://searchworks.stanford.edu/view/11522516

In addition, you may find of use some of the materials from our Global News Literacy Conference, which we hosted in Aug 2017. You can find the proceedings here: https://commons.library.stonybrook.edu/cnlglobalconference/

You may find of particular interest a paper by Roxana Morduchowicz (roxana.morduchowicz@gmail.com):
News Literacy in Argentina; Commitment to Democracy

https://commons.library.stonybrook.edu/cnlglobalconference/cnl2017/one/14/

I will be away this semester, but I am sure that Prof Schneider or his colleague Dr. Jonathan Anzalone would be happy to receive you on campus this spring.

And please don't hesitate to follow up with any questions that occur after you've read our

INSTRUMENTO DE CESSÃO DE DIREITOS DE IMAGEM E VOZ

Eu, [illegible] portador do RG de número 46753262-5 e do CPF de número [illegible] cedo gratuitamente, em caráter definitivo, o uso de minha imagem e/ou voz, para utilização sem fins lucrativos na pesquisa do Mestrado em Produção Jornalística e Mercado (MPPJM) intitulada

News Literacy: uma ferramenta de combate à desordem informacional sob responsabilidade do (a) pesquisador (a) Jéssica de Almeida Santos.

A presente cessão abrange a veiculação irrestrita e por tempo indeterminado na Dissertação de Mestrado descrita acima, bem como em produções científicas e acadêmicas publicadas em meios digitais, eletrônicos ou impressos, que respeitem a finalidade educacional do trabalho para o qual assino esta autorização.

São Paulo, 01 de fevereiro de 2019.

Cedente

INSTRUMENTO DE CESSÃO DE DIREITOS DE IMAGEM E VOZ

Eu, JOSÉ LUÍS MARQUES LÓPEZ LANDEIRA portador do RG de número 18939395-6 e do CPF de número 070112388-59 cedo gratuitamente, em caráter definitivo, o uso de minha imagem e/ou voz, para utilização sem fins lucrativos na pesquisa do Mestrado em Produção Jornalística e Mercado (MPPJM) intitulada

News Literacy: uma ferramenta de combate à desordem informacional sob responsabilidade do (a) pesquisador (a) Jéssica de Almeida Santos.

A presente cessão abrange a veiculação irrestrita e por tempo indeterminado na Dissertação de Mestrado descrita acima, bem como em produções científicas e acadêmicas publicadas em meios digitais, eletrônicos ou impressos, que respeitem a finalidade educacional do trabalho para o qual assino esta autorização.

São Paulo, 01 de fevereiro de 2019.

Cedente

JORNALISMO | ESPM

INSTRUMENTO DE CESSÃO DE DIREITOS DE IMAGEM E VOZ

Eu, IVAN PAGANOTTI, portador do RG de número 43 970 669-5 e do CPF de número 307 778 408-70, cedo gratuitamente, em caráter definitivo, o uso de minha imagem e/ou voz, para utilização sem fins lucrativos na pesquisa do Mestrado em Produção Jornalística e Mercado (MPPJM) intitulada NEWS LITERACY: Uma ferramenta de combate à desordem informacional, sob responsabilidade do (a) pesquisador (a) JÉSSICA DE ALMEIDA SANTOS.

A presente cessão abrange a veiculação irrestrita e por tempo indeterminado na Dissertação de Mestrado descrita acima, bem como em produções científicas e acadêmicas publicadas em meios digitais, eletrônicos ou impressos, que respeitem a finalidade educacional do trabalho para o qual assino esta autorização.

São Paulo, 30 de janeiro de 30/07/2019.

Cedente