



Dinâmicas de letramento midiático e combate à desinformação no período eleitoral

Dynamics of media literacy and the fight against disinformation during the electoral period

Elaine Javorski

Doutorado em Ciências da Comunicação (2012 – 2016) pela Universidade de Coimbra,
<https://orcid.org/0000-0003-1530-5264>, elaine.javorski@ufma.br

Camila Gusmão

Mestrado em Comunicação (2023 – Atual) pela Universidade Federal do Maranhão,
<https://orcid.org/0009-0002-7962-0415>, camila.gusmao@discente.ufma.br

Janine Bargas

Doutorado em Comunicação Social (2015 – 2018) pela Universidade Federal de Minas Gerais,
<https://orcid.org/0000-0002-9719-4993>, janinebargas@unifesspa.edu.br

Recebido em: 19/08/2023 / Aceito em: 23/11/2023
DOI: 10.12660/rm.v15n24.2023.89959

Resumo

Este artigo pretende perceber como dinâmicas de letramento midiático podem auxiliar na compreensão dos estudantes de Ensino Médio sobre os processos de desinformação em momentos de agitação e polarização social, como é o caso dos períodos eleitorais. Para isso, foi realizada uma pesquisa-ação na fase que antecedeu as eleições de 2022 na escola Dionísio Bentes de Carvalho, em Rondon do Pará/PA, no interior da Amazônia Oriental. As atividades envolveram a capacitação de alunos, produção de material didático, produtos audiovisuais e rádio itinerante. A pesquisa foi acompanhada pela realização de questionários, entrevistas, grupos focais e diário de campo e teve como base reflexões sobre educação midiática e processos de desinformação, especialmente em locais considerados desertos de notícias. As conclusões apontam que há uma percepção positiva sobre os processos de letramento midiático embora a infraestrutura restrita de acesso a equipamentos e conexão de qualidade à internet no ambiente escolar dificulte ações nesse campo.

Palavras-chave: Letramento Midiático; Desertos de Notícias; Eleições; Desinformação; Pesquisa-ação.

Abstract

This paper intends to understand how media literacy dynamics can help high school students understand the processes of disinformation in times of agitation and social polarization, as is the case of election periods. For this, an action research was carried out in the phase that preceded the 2022 elections at the Dionísio Bentes de Carvalho school, in Rondon do Pará/PA, in the interior of the Eastern Amazon. The activities involved training students, producing didactic material, audiovisual products and itinerant radio. The research was accompanied by questionnaires, interviews, focus groups and a field diary and was based on reflections on media education and disinformation processes, especially in places considered to be news deserts. The conclusions indicate that there is a positive perception about the media literacy processes, although the restricted infrastructure of access to equipment and quality internet connection in the school environment makes actions in this field difficult.

Keywords: Media Literacy; News deserts; Elections; Disinformation; Action research.

Introdução

Este artigo pretende perceber como dinâmicas de letramento midiático podem auxiliar na compreensão dos estudantes sobre os processos de desinformação em momentos de agitação e polarização social, como é o caso dos períodos eleitorais. Para isso, foram realizadas diversas atividades na fase que antecedeu as eleições de 2022 na escola Dionísio Bentes de Carvalho, situada em Rondon do Pará, cidade brasileira do sudeste paraense, localizada no interior da Amazônia Oriental. Partimos do pressuposto de que esta prática pode auxiliar na formação do pensamento crítico e autonomia dos estudantes, diminuindo as chances de serem dominados pelos processos de desinformação, principalmente os que vivem em locais de escassez de informação local, como é o caso desta localidade. Esta reflexão surge a partir da problemática observada em Rondon do Pará, onde está situada a Faculdade de Comunicação da Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará (Unifesspa).

O local se enquadra no conceito de deserto de notícias, realidade vivida em muitas regiões do Brasil. Segundo dados de 2021 do Atlas da Notícia, iniciativa do Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor), cinco em cada dez municípios brasileiros vivem nesta condição. Neste contexto, observa-se a forte incorporação das mídias digitais que segue a tendência global de domínio dessas plataformas nos circuitos culturais e de informação. Segue também a tendência da desinformação, em que conteúdos de qualidade questionável acabam cumprindo o papel do jornalismo, mediando a relação dos cidadãos com os sistemas cultural, social e político do local.

Diversos estudos mostram que a educação midiática é uma eficaz ferramenta para instruir os cidadãos a consumir a mídia com responsabilidade, evitando a passividade e a inércia, proporcionando espaços para promoção da cidadania e desenvolvimento social, com informações e dados necessários para discussões públicas e tomadas de decisão. Faz parte desse processo a idealização e desenvolvimento de produtos midiáticos comunitários no ambiente escolar, de forma a compreender as etapas dos processos de produção e estimular o processo de comunicação participativa na sociedade.

A proposta abrange a única unidade de ensino médio de Rondon do Pará, onde foram realizadas ações no escopo do projeto *Operação Eleições*, resultante de uma parceria com a Secretaria de Estado de Educação do Pará (Seduc), do Supremo Tribunal Federal (STF), do Tribunal Regional Eleitoral do Pará (TRE-PA), por meio da Comarca de Rondon do Pará, entre outros órgãos governamentais e entidades da sociedade civil, como a Rede Nacional de Combate à Desinformação (RNCD) e a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB). As atividades iniciaram-se com a capacitação de alunos bolsistas de pesquisa e extensão do curso de Jornalismo e de um bolsista de Iniciação Científica do Ensino Médio, que fez a mediação com outros estudantes da escola. Foram realizadas palestras abertas; diagnóstico sobre o perfil de consumo de mídia e educação midiática dos estudantes da escola; oficinas; produção de material didático (jogo de cartas); vídeos para redes sociais e áudios para distribuição em rádios; e edições presenciais na escola da rádio itinerante. A pesquisa-ação foi acompanhada pela realização de questionários, entrevistas, grupos focais e apontamentos em diário de campo e teve como base reflexões teórico-conceituais sobre educação midiática e processos de desinformação, especialmente em locais considerados desertos de notícias.

Assim, buscamos organizar nossa reflexão neste estudo nas seguintes seções: na primeira, discorremos sobre o letramento midiático e sua relação com a juventude em desertos de notícias. Na segunda parte, discutimos sobre os processos de desinformação e polarização a partir das mídias digitais. Na terceira seção, descrevemos nossos procedimentos metodológicos, fundamentados na pesquisa-ação, com foco nas dinâmicas realizadas no âmbito escolar. Na última etapa, apresentamos, de forma conjugada, os principais achados, a análise, e as considerações finais que nos permitem afirmar: a) os modos de consumo de informações revela que o ecossistema de informação dos jovens é altamente centrado em plataformas de mídias digitais e que é necessário que a escola possa aproveitar essa dinâmica para trazer assuntos factuais para debate em sala de aula; b) há uma desconfiança dos jovens em relação a informações falsas e perfis enganosos, mas, ao mesmo tempo, um baixo nível de formação para a mídia, expresso, principalmente, na não averiguação de fontes de informações; e c) a percepção unânime entre os alunos de que a educação midiática deveria ser fortalecida em sua formação e que

atividades relacionadas à mídia podem ser utilizadas para discutir fenômenos contemporâneos de comunicação, especialmente nos desertos de notícias, mas que para isso faz-se necessário um investimento em infraestrutura e tecnologia.

Geração Z, currículo formal e desertos de notícias

Embora não haja um consenso absoluto sobre os limites precisos da Geração Z, a maioria da literatura considera que é composta por indivíduos nascidos entre os anos de 1996 e 2010. A principal característica é terem nascido em um mundo onde a internet já era utilizada de forma ampla e que passou a ser um instrumento natural para eles. Considerados “nativos digitais” (PRENSKY, 2001) e “homo zappiens” (VEEN; VRAKING, 2009), mostram essas habilidades naturais de forma experiente, diferente dos seus antepassados, com influência em todas as áreas da vida, inclusive na aprendizagem. São especialistas em tecnologia, ainda que não tenham estudado para isso, com capacidade visual muito desenvolvida, embora tenham períodos de atenção mais reduzidos.

Shatto e Erwin (2016) consideram que, embora tenham alta exposição às tecnologias digitais e às informações on-line, possuem pouca capacidade de criticar a validade das informações. Por isso, são necessárias estratégias de alfabetização que combinem a otimização das competências que alunos e professores possuem como usuários, com a geração de novas competências. Este já é um tema previsto na Base Nacional Comum Curricular (BNCC), de 2017/2018, a partir da implantação de uma competência, dentre as dez competências gerais para os alunos da educação básica, que trata da cultura digital e tem por objetivo:

Compreender, utilizar e criar tecnologias digitais de informação e comunicação de forma crítica, significativa, reflexiva e ética nas diversas práticas sociais (incluindo as escolares) para se comunicar, acessar e disseminar informações, produzir conhecimentos, resolver problemas e exercer protagonismo e autoria na vida pessoal e coletiva (BRASIL, 2018, p. 9).

Em contato com as mídias, ao longo da vida escolar, a BNCC orienta que os alunos devem desenvolver atitudes de interlocução comprometidas com o coletivo, a partir de princípios éticos, postura crítica e reflexiva frente aos diversos contextos

permeados pela mídia. Isso exige o desenvolvimento de habilidades para mobilização de conhecimentos cognitivos e de conceitos éticos frente a situações complexas da vida cotidiana, especialmente as que envolvem práticas de cidadania. A BNCC também aborda a análise crítica em relação aos processos de desinformação, como é o caso das Habilidades no 9º ano no ensino de Língua Portuguesa:

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. (BRASIL, 2018, p. 173).

A competência midiática proposta pela BNCC abarca, portanto, a característica *continuum* da educação midiática ao propor que o protagonismo com mídias deve ser desenvolvido no decorrer de todo o processo de escolarização e nos diversos contextos de atuação, seja nas atividades escolares, do trabalho ou nas atuações coletivas.

A BNCC, embora contemple os princípios norteadores da educação midiática, confronta-se com realidades adversas em muitas partes do Brasil para transformar a orientação em prática curricular de professores, gestores escolares e dos próprios alunos. De forma geral, no país, persistem situações de escolas públicas com poucos equipamentos de informática, especialmente com conexão à internet. De acordo com o Censo Escolar 2022, divulgado pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep), o menor percentual de internet banda larga está no Norte do País, onde é encontrada em apenas 63,8% das escolas. Em termos de comparação, no Sudeste esse número é de 96,9%. A Pesquisa TIC Educação 2022, do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic), entidade ligada ao Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI), no âmbito nacional, mostra que a dificuldade no uso de tecnologias digitais nas atividades escolares de ensino-aprendizagem se dá, de acordo com 84% dos professores, pela falta de disponibilidade de computadores e, segundo 53% deles, pela falta de acesso à Internet para uso em atividades educacionais na escola. Os professores demonstram uma percepção semelhante em relação à baixa velocidade de conexão na escola. Ainda que em menores proporções, os professores de escolas

particulares também compartilhavam a mesma percepção em relação à conectividade nas suas instituições de ensino. Além disso, a formação – básica e continuada – de professores e gestores voltada para a mídia e tecnologia é incipiente ou mesmo inexistente.

Essa realidade está presente em muitas regiões do país, como é o caso do local deste estudo, com desenvolvimento comprometido pela falta de políticas públicas, de justiça social, do crescimento e da distribuição de renda, dentre outros fatores que impedem a construção de uma nação econômica e socialmente forte e democrática, e que, não coincidentemente, estão localizadas nos locais de escassez de informação jornalística, chamado de desertos de notícias ou desertos de silêncio (ABERNATHY, 2016; RAFSKY, 2019; NAPOLI et al, 2015), fenômeno que tem se intensificado nas últimas duas décadas. Define-se por desertos as comunidades, rurais ou urbanas, com acesso limitado a notícias e informações confiáveis e completas, que alimentam a base popular da democracia (ABERNATHY, 2016).

Como observado em outras pesquisas realizadas na região sul e sudeste do Pará (JAVORSKI; BARGAS, 2022), a partir do cruzamento de aspectos socioeconômicos e demográficos, há uma relação direta entre os Índices de Desenvolvimento Humano (IDH) e a existência de veículos de mídia. Existe uma rigorosa concentração das indústrias midiáticas em centros urbanos de mais alta hierarquia como capitais regionais e centros regionais. Neste ambiente de escassez de informação, observa-se a forte incorporação das mídias digitais e segue a tendência global de domínio dessas plataformas dos circuitos culturais e de informação. Segue também a tendência da desinformação (BENNETT; LIVINGSTON, 2018; COSENTINO, 2020; DELMAZO; VALENTE, 2018), em que conteúdos de qualidade questionável acabam cumprindo o papel do jornalismo, mediando a relação dos cidadãos com os sistemas cultural, social e político do local (COOKE, 2018).

A tecnologia, portanto, facilitou o acesso à informação produzida e mediada pelos próprios cidadãos, mas passou a exigir uma análise crítica ainda mais apurada. A circulação de informação de qualidade é fundamental para promover a comunicação participativa que se define também como uma forma de cidadania, um espaço público deliberativo que discute as prioridades e necessidades mais primárias da comunidade (CABALLERO, EYZAGUIRRE, 2013).

Desinformação, polarização e letramento midiático

O vazio informacional provocado pelo fechamento, compra, falência, incorporação ou simplesmente ausência de um veículo jornalístico local/regional gera profundos abalos na “democracia de base”, naquele espaço de emergência da esfera pública, na periferia do sistema de poder político (HABERMAS, 2003). Nesse espaço de razões e argumentos, confrontam-se realidades, conformam-se temas políticos, formam-se preferências e constrói-se a vida cívica. Pela ausência de circulação de informações dotadas de credibilidade, outros espaços e autoridades epistêmicas são alçadas à condição de fontes informacionais.

Informações falsas, boatos e mentiras, sempre circularam nas redes sociais tradicionais e nas digitais, mas é exatamente o potencial de ampliação de sua circulação que faz das mídias digitais um terreno fértil à desinformação (DELMAZO; VALENTE, 2018). Trata-se do contexto de uma desordem informacional (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017), em que “o espaço de produção e de compartilhamento relativamente semiestruturado tem se mostrado propício às manifestações de ordens distintas, em um complexo de sujeitos, conteúdos e tecnologias” (OLIVEIRA; SOUZA, 2022, p. 77).

Autores como Alcott e Gentzkow (2017, p. 213) compreenderam, durante as eleições estadunidenses de 2016, a prática de difusão de informações falsas na era digital como *fake news*, ou seja “notícias que são falsas intencionalmente ou passíveis de verificação e podem confundir leitores”. Mas, a partir de 2018, acadêmicos e autoridades passaram a perceber o termo “*fake news*” como insuficiente para explicar essas práticas. Além disso, opiniões divergentes passaram a ser chamadas também de *fake news*, o que banalizou o termo. Nesse estudo utilizamos o conceito de desinformação baseadas em Wardle e Derakhsan (2017) que reconhecem as diferentes formas apresentadas nesses conteúdos como sátira ou paródia; conteúdo impostor; conteúdo enganoso; conteúdo fabricado; conteúdo falso; conexões falsas; e conteúdo manipulado. Entretanto, ainda que o conteúdo utilizado para as ações de letramento na escola faça essa distinção, em muitos momentos de interação com estudantes e comunidade utilizamos o termo *fake news* pela sua popularidade.

A desinformação também é favorecida pelos ambientes de polarização política e de radicalização (RECUERO et al, 2021). Ainda que esse cenário não seja exclusividade das mídias sociais, as conversações políticas em mídias sociais adquirem forte tendência à polarização. Alguns estudos mostram também que as mídias sociais ajudam a construir bolhas a partir de um conteúdo heterogêneo. Esse processo é reforçado pelos algoritmos que estão em poder das chamadas *big-techs* (VAN DIJCK et al., 2018). Essas empresas

(...) selecionam automaticamente conteúdos “iguais” para pessoas que “pensam igual”, gerando a falsa impressão de que “todos têm a mesma opinião” e apresentando apenas o lado da verdade que é mais conveniente àquele interlocutor. Trata-se de “bolhas de conteúdo” formadas nesta nova esfera pública, altamente seletiva e dominada por poucas empresas de tecnologia com alcance mundial (SANTIN, PRA, 2022, p. 3).

Nesse sentido, o risco de desinformação apresenta-se nas mídias digitais na própria interatividade, nas possibilidades de produção e circulação de conteúdos, variadas, intuitivas e de baixo custo, características natas desses ambientes. Isso faz com que seja quase impossível que os usuários carentes de níveis de competência digital, informacional e comunicacional possam distinguir entre informação, rumores e desinformação (AGUADED, 2015).

Isso requer de nossas sociedades uma capacidade de resposta que possa fazer frente às consequências da desinformação que, como já pudemos observar, são severas e profundamente negativas à democracia, à saúde, à cidadania e a outros valores cívico-sociais. A competência crítica em informação (OLIVEIRA; SOUZA, 2022) ou, como defendemos, o letramento midiático, tem o potencial de, pela raiz, promover uma nova condição de permanência nesse contexto, às atuais e, principalmente, às futuras gerações, seja pela capacidade de fornecer habilidades críticas das pessoas sobre as informações consumidas, ou pela possibilidade de oferecer elementos para a produção e circulação de novos e bons conteúdos, preenchendo os vazios informacionais.

É importante observar que existem diversos termos e conceitos que discutem essa problemática, dentre eles: competência, educação, alfabetização e letramento midiático; educomunicação; e educação para as mídias. Neste estudo se utiliza o

conceito de letramento midiático a partir da visão de Buckingham (2003) que faz referência ao conhecimento, habilidades e competências necessários para usar e interpretar a mídia. O letramento deve ser desenvolvido no contexto da educação midiática, a partir do qual se formatam as ações e atividades que promovem no sujeito determinadas competências e habilidades.

Como analisa Aguaded (2015), é necessário saber conviver com os meios de comunicação e todo ônus e bônus que eles carregam consigo. Mas, é fundamental que, a partir da educação para a "infocidadania" nasçam estratégias pontuais para a aprendizagem de um correto consumo dos conteúdos. Segundo o autor, o ecossistema comunicacional e digital atual é sobrecarregado com conteúdo de supersaturação, midiamorfose e os pseudo-conteúdos. É necessário construir barreiras de proteção que auxiliem o enfrentamento, ou pelo menos a minimização, dos efeitos endêmicos da desinformação. O letramento midiático surge como ferramenta para instruir os cidadãos a consumir a mídia com responsabilidade, evitando a passividade, a inércia e a ingenuidade quando deparados com mensagens provenientes das redes digitais. Lopes e Moreira (2022) listam alguns fenômenos relacionados às sociedades desenvolvidas tecnologicamente para os quais os cidadãos precisam estar preparados por meio de uma educação para as mídias:

a) a forte adaptação e proliferação dos media no digital; b) a multiplicação de conteúdos com os mais variados e díspares graus de profissionalismo, ética e veracidade; c) o imediatismo da informação, atualizada e disponibilizada ao segundo, de forma majoritariamente aberta e gratuita; d) a expansão do papel do cidadão agora também repórter da sua realidade, bem como o espaço dos influenciadores no contexto das já dominantes redes sociais; e) a crescente importância da comunicação visual na percepção da informação; e f) a influência dos media nos processos democráticos. (LOPES; MOREIRA, 2022, p. 20)

O letramento midiático tende a orientar os indivíduos para a ação, para a procura ativa de respostas às exigências da vida em sociedade (PEREIRA et al., 2015). Materiais didáticos inovadores, que tragam questões da atualidade, são importantes neste cenário. A motivação do aluno tem um papel fundamental na aprendizagem, pois é o interesse pelo assunto que facilita a conexão entre professor e aluno. Por isso, cada vez mais diversos tipos de recursos são aplicados em sala de aula para transmitir o conhecimento de maneira mais eficaz, desde inovações

tecnológicas, materiais impressos interativos, técnicas como a dramatização ou outras dinâmicas de grupo. Os jogos são recursos didáticos motivadores considerados inovações na prática docente para facilitar o processo ensino/aprendizagem por envolverem o aspecto lúdico (CUNHA, 1998; MOGNON, 2010), especialmente em conteúdos de difícil compreensão. Assim, os jogos têm o potencial também de aproximar os estudantes do conhecimento científico, já que trabalha a necessidade de validar dados empíricos e discutir conceitos teóricos. No caso do material didático que aborda a problemática da desinformação, os conceitos sobre checagem de informação também estão ligados à validação do conhecimento a partir de dados e fatos de conhecimento público e científico.

Dinâmicas de letramento midiático e combate à desinformação

Os dados trazidos neste *paper* são resultados das atividades de um projeto de pesquisa e extensão desenvolvido no âmbito do iLab - Laboratório de Inovação em Jornalismo Local e Comunitário da Facom/Unifesspa entre maio e novembro de 2022. Intitulado *Operação Eleições*, o projeto teve como objetivo esclarecer, tanto a comunidade escolar quanto a comunidade em geral, sobre o processo eleitoral para que os cidadãos pudessem exercer seu direito ao voto de forma consciente. Por meio de uma pesquisa-ação (THIOLLENT, 2017), sedimentada em uma avaliação qualitativa das manifestações sociais, buscamos a construção de estratégias de enfrentamento prático dos problemas encontrados no ambiente escolar, com possibilidade de reverberar na sociedade como um todo. Na área da educação, a pesquisa-ação está baseada na obra de Paulo Freire (1984), que investiga a “realidade concreta” e a partir da qual o pesquisador educa e está, ao mesmo tempo, sendo educado, colocando sempre em prática os resultados da pesquisa.

Segundo Thiollent (2017), essa metodologia pode ser utilizada de forma: a) instrumental, com a intenção de resolver um problema prático; b) de tomada de consciência, quando pleiteia desenvolver a consciência coletiva sobre problemas do grupo; e c) de produção de conhecimento, que amplie os resultados de forma a abranger não só o grupo investigado, mas a sociedade como um todo.

No caso da área da comunicação, o autor observa que as atividades decorrentes da pesquisa-ação podem ser apoiadas na crítica dos meios, como

aplicado neste estudo. "Na pesquisa-ação os pesquisadores desempenham um papel ativo no equacionamento dos problemas encontrados, no acompanhamento e na avaliação das ações desencadeadas em função dos problemas" (THIOLLENT, 2017, p. 21). A relação entre pesquisadores e comunidade pesquisada precisa ser participativa. No entanto, o objeto investigado não é constituído pelas pessoas mas pela situação social e pelas problemáticas de diferentes naturezas.

As ações aqui apresentadas foram realizadas com alunos e alunas do terceiro ano da escola Dionísio Bentes de Carvalho. Optamos por esta série escolar, com jovens na faixa etária em torno dos 17 anos, pela possibilidade de exercício do direito ao voto nas eleições majoritárias de outubro de 2022, e por estarem suscetíveis à desinformação desencadeada durante esse processo. A estratégia abrangeu primeiramente a realização de oficinas, produção de material didático e materiais em áudio e vídeo para envolver os estudantes na proposta. Dentre os métodos de avaliação das ações, utilizamos questionários e entrevistas, grupos de discussão (ANGROSINO, 2009; FLICK, 2014) e apontamentos em diário de campo (FERNANDES, 2002) como as principais estratégias de coleta de dados. A seguir, descrevemos criticamente as ações realizadas.

A) **Diagnóstico e conhecimento sobre o público-alvo:** umas das etapas do processo de pesquisa-ação é a fase exploratória (THIOLLENT, 1997) a partir da qual conhecemos o público com quem vamos trabalhar. Para esta pesquisa inicial, o questionário, com questões estruturadas e semi-estruturadas (FLICK, 2014), elaborado e aplicado com o uso do *Google Forms*, visou mapear as seguintes questões: a) identificações básicas, como gênero, idade, escolaridade e renda; b) fontes de informações e consumo de mídia digitais; c) sobre se e como recebem educação midiática; e d) sobre desinformação.

Aplicado em sala de aula, com permissão dos professores, nem todos os presentes responderam ao questionário, seja por ausência no momento, dificuldades com a internet ou por não possuírem o celular no momento. Foram coletadas, então, 89 respostas dos 271 estudantes matriculados no terceiro ano, ou seja, 32% do total.

Os principais resultados, aqui resumidamente descritos, mostram que a maioria dos alunos têm acesso às mídias em sala de aula, principalmente usadas como forma de ilustrar conteúdos, mas apenas metade diz ter sido incentivado a

produzir um jornal/informativo, programa em vídeo ou áudio, ou produto digital. A maioria diz não saber como se produz informação pelos meios de comunicação, conhecer muito pouco sobre o *modus operandi* da mídia e não contar com material didático diferenciado sobre isso.

Sobre o consumo de mídia, a maioria diz utilizar mais as plataformas de mídias digitais (86,5%), principalmente o Instagram, e os aplicativos de mensagem instantânea, como o WhatsApp (73%), para buscar informação; seguido de televisão (39,3%), portais de notícias (23,6%), rádio (16,95), jornal ou revista (4,5%) e podcasts (1,1).

Percebe-se que há uma percepção deficiente sobre o que é conteúdo jornalístico, confundido muitas vezes com informações difusas e informais que ganham aparência e status de notícia, muitas vezes sendo as únicas fontes de informação deles. Exemplo disso é um dos perfis mais citados no acesso à informação local, o Rondon da Depressão, no Instagram, que é um canal de memes, sem critério ou fim jornalístico.

Perguntados sobre a influência das mídias digitais no cotidiano, a maioria (57%) considera-se um pouco influenciada; 38,6% dizem não se deixar influenciar e 11,4% assumem muita influência. Sobre os processos de desinformação, 82,8% dos entrevistados consideram as *fake news* um problema social grave, 11,5% não souberam opinar e 4,6% consideram irrelevante. 82,6% dizem não repassar informação de origem duvidosa nas redes sociais e aplicativos de mensagens instantâneas. A partir da compreensão sobre o público-alvo, foram iniciadas as ações de letramento midiático.

B) Oficinas de iniciação sobre letramento midiático e desinformação: para oferecer as sete oficinas na escola Dionísio, que abrangeram 246 estudantes, 11 alunos bolsistas da graduação em Jornalismo passaram por uma formação em três etapas: 1) compreensão sobre o quadro conceitual do letramento midiático e práticas possíveis; 2) oficina sobre checagem de informação com profissional da agência Aos Fatos; e 3) análise de dados, tanto para os alunos formadores quanto para que produziram material informativo sobre as eleições, com um economista especialista em dados eleitorais. A intenção era mostrar como funciona a rotina produtiva dos meios, diferenciar jornalismo de qualidade de outras formas de informação, subsidiar

os estudantes do ensino médio com técnicas de filtragem de *fake news* e capacitá-los para compreender as diferenças entre as notícias falsas e as verdadeiras, bem como compreender os dados eleitorais (pesquisas, uso do portal da transparência, etc). Percebemos, durante a formação, que a maioria compreendia os veículos de mídia como empresas que possuem seus interesses econômicos e políticos e que, por isso, têm determinadas escolhas e linhas editoriais. Justamente por isso, alguns manifestaram repúdio a determinados jornalista e veículos. Em umas das explicações, realizamos uma rápido debate sobre o papel de algumas figuras do telejornalismo, ponto que causou mais interações dos estudantes. Nos slides, as fotos de figuras como Datena e Sikêra Junior, conhecidos de programas policiais, se contrapunham à imagem de William Bonner e Celso Freitas, jornalistas à frente de telejornais de horário nobre. Não houve consenso para diferenciar o tipo de notícias que era apresentadas por eles, se poderia ser considerado jornalismo, e qual teria mais credibilidade. Outro ponto importante se referiu aos tipos de desinformação e como alguns grupos podem se beneficiar de notícias falsas, inclusive pagando pela sua produção. Apesar da explicação, alguns se manifestaram dizendo ter opiniões contrárias e que os robôs pagos para interagir em redes sociais (conforme exemplos mostrados) eram realmente pessoas a favor ou contra determinados assuntos.

Ainda assim, os estudantes dizem estar cientes da ação dos algoritmos, parte fundamental da arquitetura conectiva das plataformas (VAN DIJCK et al., 2018). Se antes os estudos sobre internet baseavam-se em conceitos como colaboração, inteligência coletiva e web 2.0, hoje as pesquisas sobre mídias sociais e as plataformas em geral compreendem que não se trata apenas de ambientes de interações, mas também de materialidade e de centralidade no âmbito do regime capitalista. Este contexto precisa também ser levado em consideração para uma educação midiática que aborde as dinâmicas contemporâneas.

Apesar de alguns momentos mais delicados de confronto, na avaliação ao final da dinâmica todos os alunos consideraram importante o debate e as ideias trocadas com os alunos de Jornalismo.

C) **Produção do jogo de cartas Real ou Fake:** como parte do interesse em capacitar multiplicadores do projeto na comunidade escolar e auxiliar no processo de instrução sobre desinformação, foi desenvolvido um material didático sobre

desinformação que tem como foco auxiliar as discussões em sala de aula sobre desinformação. O jogo de 40 cartas foi pensando para contemplar a realidade informativa e também como dinâmica que proporcionasse debate entre a juventude. A aplicação do jogo foi realizada para três turmas em grupos de 40 alunos. Durante a ação, os estudantes foram estimulados a comentar sobre o que acharam das questões, se já tinham recebido algum *link* ou visto nas redes sociais.

Através dos depoimentos foi possível notar alguns posicionamentos importantes sobre o que pensam em relação às informações tratadas. Observamos que o público abordado é mais atento em relação aos conteúdos das plataformas de mídias digitais, inclusive sentem-se inseguros com determinados meios de divulgação, pois alguns já causam uma desconfiança prévia, como é o caso do Kwai, uma rede social de vídeos curtos onde eles dizem ser comum encontrar desinformação. Para os estudantes, quando um acontecimento descrito é algo muito fora da realidade que vivem, já desconfiam, como o caso de um animal gigante não encontrado no Brasil, que aparece em uma carta, ou a oferta de vagas de emprego pelo Whatsapp. A prática de aplicar golpes através de links em aplicativos de mensagem é antiga e bem conhecida pela turma, que diz não cair nesse tipo de abordagem. No entanto, nem todos os assuntos são unanimidade em relação à veracidade do conteúdo. Quando envolvem algumas questões de política ou saúde é possível notar que as opiniões se polarizam, muito pela influências das redes sociais digitais (RECUERO et al, 2021), como no caso da vacina contra Covid-19. Uma aluna relatou que já caiu em uma desinformação sobre a vacina, mas logo em seguida descobriu que era mentira ao pesquisar na internet em sites confiáveis. Outros alunos se manifestaram discordando da segurança da vacina. Outra carta que deixou os estudantes em dúvida foi referente à fraude nas urnas eletrônicas, assunto muito abordado na internet na última eleição presidencial. Para alguns estudantes é possível fraudar as urnas e a discussão se alongou.

O jogo de cartas demonstrou ser uma experiência importante para os estudantes, que nem sempre são levados a refletir sobre desinformação. Muitos já haviam visto algumas daquelas informações, mas nunca foram procurar saber se eram verdadeiras ou não. Por isso, eles disseram achar importante esse tipo de dinâmica pedagógica, que os leva a refletir sobre determinados assuntos,

corroborando com o entendimento de Cunha (1998) e Mognon (2010), e entender mais sobre os tipos de notícias com as quais se deparam no dia a dia.

D) Produção de reportagens para site, vídeos para redes sociais e áudios para a RadioWeb Unifesspa: produção de reportagens especiais pelos alunos bolsistas de Jornalismo sobre as eleições com material em texto e imagem para o site do portal Rondon Notícias (www.rondonnoticias.com), gravação de conteúdo em forma de campanha para as redes sociais (@rondon_noticias) com a utilização de vídeos curtos sobre desinformação e esclarecimentos sobre o processo eleitoral. Os textos dos vídeos foram adaptados à linguagem sonora e distribuídos na rádioweb da universidade. Essa produção foi divulgada nos encontros com os alunos na escola. O material digital, especialmente em formato de conteúdos curtos, leva em consideração a importância da comunicação visual na percepção da informação (LOPES, MOREIRA, 2022) e o fato de que muitos jovens dessa geração estão acostumados a consumir informações de forma rápida e interagir com diversas mídias ao mesmo tempo porque convivem com os smartphones e computadores desde pequenos. Além disso, são um público que interage socialmente de forma virtual, conectados constantemente com seus pares, para quem repassam conteúdos e o compartilhamento, neste ponto, é muito importante para os produtos informativos. Como observa Prensky (2022), essa geração pensa e processa informações de forma diferente e a linguagem digital é para eles como uma segunda língua. Esses são espaços em que tentamos promover o que Aguaded (2015) chama de “infocidadania”, informações importantes para o cotidiano dos atores sociais envolvidos na pesquisa.

E) Rádio itinerante na escola Dionísio Bentes de Carvalho: foram realizados dois programas ao vivo no pátio da escola com a participação da comunidade escolar. Os estudantes de Jornalismo produziram materiais sobre desinformação e sobre o processo eleitoral para abordar durante o programa. O bolsista de Iniciação Científica do Ensino Médio auxiliou, junto com seus colegas de classe (cerca de 10 alunos), na construção do roteiro e na produção dos programas. Professores, diretoria e estudantes participaram como entrevistados para saber como encaravam o processo eleitoral. Ver o processo a rádio funcionando ao vivo auxilia na expansão do papel do cidadão que vê a possibilidade de também reportar a sua realidade, ainda que no espaço da escola. A mídia utilizada nesses ambiente amplia

os processos democráticos (LOPES, MOREIRA, 2022, p. 20) pois, ao interagirem com a linguagem midiática, não apenas sentem que interferem na realidade, mas conseguem atribuir significado a expressões desconhecidas que podem surgir na manipulação do rádio. A partir da avaliação da atividade, pode-se perceber que o uso dessa mídia leva os estudantes a acionar processos internos que se movimentam e formam novos vínculos entre os conhecimentos que eles já possuem e conhecimentos adquiridos na interação com esse veículo.

Considerações finais

Neste estudo, nos propomos a compreender de que forma a educação midiática está inserida no cotidiano escolar dos alunos concluintes do Ensino Médio de Rondon do Pará e como atuam diante de processos de desinformação. A partir de um projeto voltado para o processo eleitoral, buscamos conhecer o perfil dos alunos, compreender de que forma a educação midiática está inserida no cotidiano deles e como eles agem diante dos processos de desinformação e a sua percepção sobre procedimentos e práticas de educação midiática.

A partir da interação com os jovens foi possível constatar a centralidade das plataformas de mídias digitais na sua realidade informacional. É em perfis do Instagram, do Facebook e do TikTok que os interlocutores desta pesquisa buscam as principais fontes para conhecer a realidade mais abrangente. No entanto, como vimos, é justamente o ambiente das plataformas, saturado e com pseudo-informações, o espaço propício para a desinformação, trata-se, portanto, de um espaço (des)informacional para os jovens.

Justamente por guardar uma enorme gama de informações e conteúdos de qualidade duvidosa, face a um contexto de desconhecimento sobre o jornalismo, como é típico nos desertos de notícia, o cenário de precarização da formação cívica e da cidadã torna-se ainda mais grave. O pouco contato e até mesmo o desconhecimento do que é jornalismo, mesmo no ambiente digital, se soma como um agravante, e o acesso a perfis específicos em plataformas de mídias digitais como únicas fontes informativas, também são variáveis negativas em nossa análise.

O estudo nos permitiu, também, constatar a incipiência de práticas de educação midiática na escola Dionísio Bentes de Carvalho, somada a uma infraestrutura restrita de acesso a equipamentos e conexão de qualidade à internet no ambiente escolar, o que dificulta possíveis ações nesse campo. Os estudantes utilizaram o espaço da discussão para lamentar a falta de abordagem sobre as mídias digitais no cotidiano escolar, inclusive para que pudessem conhecer mais seus direitos e exercer integralmente sua cidadania. Um dos empecilhos seria a falta de suporte pessoal e tecnológico na escola. Apesar de terem um laboratório de informática com 30 máquinas (para uso de cerca de 1.000 estudantes), o ambiente é pouco usado porque não há professor, são poucos computadores e nem sempre a internet funciona.

Observa-se, portanto, que políticas públicas integrais de ações de letramento midiático, especialmente voltado para o mundo digital, serão possíveis somente com a implementação dos recursos tecnológicos básicos na região. Além disso, são essenciais mecanismos de financiamento e políticas de fomento ao jornalismo digital, especialmente nos chamados desertos de notícias, para que, em conjunto com as atividades de letramento, seja possível desenvolver a cidadania a partir da comunicação.

Constatamos, ainda, que embora haja grande desconfiança dos jovens em relação à circulação de notícias falsas e perfis oportunistas, há pouca qualificação em termos de educação midiática. Não há leitura de notícias, checagem de fontes, tampouco problematização da origem das informações.

Na discussão entre os alunos, entretanto, foi possível observar que, de forma unânime, há uma percepção positiva sobre a relevância de um conhecimento sobre os processos de produção e circulação de informações, em especial nos ambientes digitais e do jornalismo, e de que práticas de educação midiáticas os ajudariam no cotidiano e nas tomadas de decisão, individuais e coletivas, como o voto e em sua vida em comunidade.

Referências

ABERNATHY, P. M. **The Rise of a New Media Baron and the Emerging Threat of News media Deserts**. The University of North Carolina Press: Center for Innovation and Sustainability in Local Media, 2016.

ANGROSINO, M. V. **Etnografia e observação participante**. Porto Alegre: Artmed, 2009

AGUADED, Ignacio et al. **Currículo Alfamed de formação de professores em educação midiática na era pós-COVID-19**. São Paulo, Palavra aberta, 2021.

AGUADED, I.; Romero-Rodríguez, L.M. **Mediamorfosis y desinformación en la infoesfera**: Alfabetización mediática, digital e informacional ante los cambios de hábitos de consumo informativo. *Education in the Knowledge Society*, 16(1), 44-57, 2015.

ALLCOT, H.; GENTZKOW, M. Social media and fake news in the 2016 election. **Journal of Economic Perspectives**, 31(2), 211-236, 2017.

BENNETT, Lance e LIVINGSTON, Steven. The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. **European Journal of Communication**. 1 abril 2018. vol. 33, no. 2, p. 122–139.

BRASIL. **Base Nacional Comum Curricular. Ensino Médio**. Brasília: MEC. Versão entregue ao CNE em 03 de abril de 2018. Disponível em: http://basenacionalcomum.mec.gov.br/wp-content/uploads/2018/04/BNCC_EnsinoMedio_embaixa_site.pdf Acesso em: 04 abril 2022

CABALLERO, Francisco Sierra; EYZAGUIRRE, Lucía Benítez. Redes sociales y comunicación para el desarrollo. In M. Martínez Hermida, J. A. Brandariz, X. Lage y M. Vázquez. (Coords.), **Comunicación y desarrollo**. pp. 251 - 273. Buenos Aires (Argentina)La Crujía, 2013.

COOKE, Nicole A.. **Fake news and alternative facts: information literacy in a post-truth era**. Chicago: ALA Editions. ALA Editions special reports, 2018.

COSENTINO, Gabriele. **Social media and the post-truth world order: the global dynamics of disinformation**. Place of publication not identified: SPRINGER NATURE, 2020.

CUNHA, H.S. **Brinquedo, desafio e descoberta**. Rio de Janeiro: AE/MEC, 1998

DELMAZO, C.; VALENTE, J. C. L. Fake news nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques. **Media & Jornalismo**, abr. 2018. v. 18, n. 32, p. 155–169.

FLICK, Uwe (org.). **The SAGE handbook of qualitative data analysis**. Los Angeles: SAGE, 2014.

FREIRE, P. **Pedagogia da autonomia**. Rio de Janeiro: Paz e Terra; 1984.

HABERMAS, J. **Direito e democracia: entre facticidade e validade**. V. I. Rio de Janeiro, RJ: Tempo Brasileiro, 2003.

MOGNON, Jocemara Ferreira. Motivação para aprender na escola. **Psico-USF** (Impr.), Itatiba, v.15, n.2, p.273-275. Mai./ago, 2010.

JAVORSKI, E.; BARGAS, J. O contexto midiático na região de Carajás-PA: **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura**, 7 out. 2022. v. 24, n. 2, p. 168–186.

LOPES M. B.; MOREIRA, A. Educação para os Media nas escolas: referências e recursos para professores. **Rotura – Revista de Comunicação, Cultura e Artes**, 2(1), 18-25, 2022.

MAIA, R.; PRUDENCIO, K.; VIMIEIRO, A. C. (Org.). **Democracia em ambientes digitais: eleições, esfera pública e ativismo**. Salvador: EDUFBA, 2018.

NAPOLI, Philip M.; STONBELY, Sarah; MCCOLLOUGH, Kathleen; RENNINGER, Bryce, **Assessing the Health of Local Journalism Ecosystems: A Comparative Analysis of Three New Jersey Communities**, Prepared for the Democracy Fund, the Geraldine R. Dodge Foundation, and the John S. and James L. Knight Foundation, 2015.

OLIVEIRA, M. L. P. De; SOUZA, E. D. De. Competência crítica e desordem da informação: da atuação dos agentes ao protagonismo social. Em: BEZERRA (ORG.), A. C.; SCHNEIDER (ORG.), M. (Org.). **Competência crítica em informação: teoria, consciência e práxis**. [S.l.]: Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia, 2022, p. 77–86.

PEREIRA, Sara; PINTO, Manuel; MOURA, Pedro. **Níveis de Literacia Mediática: estudo exploratório com jovens do 12º ano**. Braga, Portugal: CECS - Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, 2015.

PRENSKY, M.: Digital Natives Digital Immigrants. In: PRENSKY, Marc. **On the Horizon**. NCB University Press, Vol. 9 No. 5, 2001.

PRENSKY, M.: Digital Natives Digital Immigrants. In: PRENSKY, Marc. **On the Horizon**. NCB University Press, Vol. 9 No. 5, October (2001a).

RAFSKY, Sara G. **Media Mecca or News Desert? Covering local news in New York City**. Tow Center for Digital Journalism: Columbia University, 2020.

RECUERO, Raquel; SOARES, Felipe; ZAGO, Gabriela. Polarização, hiperpartidarismo e câmaras de eco: como circula a Desinformação sobre COVID-19 no Twitter. **Contracampo**, Niterói, v. 40, n. 1, p. XX-YY, jan./abr. 2021.

SANTIN, Janaína Rigo; PRA, Marlon Dai. Relações de poder e democracia: como regular a desinformação no ecossistema das big-techs. V. 27, N 2. **Revista Pensar**: Fortaleza, 2022.

SHATTO B, Erwin K. **Moving on From Millennials**: Preparing for Generation Z. *J Contin Educ Nurs*. 1;47(6):253-4, 2016.

VEEN, Win e VRAKKING, Ben. **Homo Zappiens: educando na era digital**. Tradução Vinícius Figueiredo. Porto Alegre: Artmed, 2009.

VAN DIJCK, J.; POELL, T.; DE WAAL, M. **The platform society**. Oxford University Press, 2018.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making**. Council of Europe report, 2017. Disponível em: <https://rm.coe.int/information-disordertoward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>. Acesso em: 20 jan. 2021.