

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
CENTRO DE ESTUDOS LATINO-AMERICANOS SOBRE CULTURA E
COMUNICAÇÃO

PEDRO LOPES DE ASSUNÇÃO

**‘Não caia em *fake-news*’: uma reflexão sobre mídia e
educação**

São Paulo
2020

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
CENTRO DE ESTUDOS LATINO-AMERICANOS SOBRE CULTURA E
COMUNICAÇÃO

**‘Não caia em *fake-news*’: uma reflexão sobre mídia e
educação**

Pedro Lopes de Assunção

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial para
obtenção do título de Especialista em Mídia, Informação e Cultura

Orientadora: Profa. Dra. Cláudia Nonato

**São Paulo
2020**

‘Não caia em *fake-news*’: uma reflexão sobre mídia e educação

Pedro Lopes de Assunção

Resumo: O objetivo do artigo é analisar o plano de aula “não caia em fake-news!” criado pelo portal educamidia.com, pertencente ao grupo Instituto Palavra Aberta. Para tanto, utilizamos como metodologia a Análise de Conteúdo, onde o plano é detalhado e estudado sob a luz do conceito da desinformação e a partir dos princípios da Educomunicação. Como resultado, vê-se que o plano atende ao objetivo proposto, de promover a leitura crítica e elucidar o estudante sobre informações falsas.

Palavras-chaves: Educomunicação. Desinformação. Fake-news. Educação.

Abstract: The purpose of the paper is to analyze the lesson plan “don't fall for fake news!” created by the educamidia.com portal, which belongs to the Instituto Palavra Aberta group. For that, the content analysis method is used, where the plan is detailed and studied under the light of some concepts about what is disinformation and about the principles of Educommunication. As a result, it can be seen that the plan serves the objective of promoting critical reading and elucidating the student about false information.

Key words: Educommunication. Fake-news. Misinformation. Education.

Resumen:

El propósito del artículo es analizar el plan de la lección “¡no se deje engañar por las noticias falsas!” creado por el portal educamidia.com, que pertenece al grupo Instituto Palavra Aberta. Para ello se utiliza el método de análisis de contenido, donde se detalla y estudia el plan a la luz de algunos conceptos sobre qué es la desinformación y sobre los principios de la Educomunicación. Como resultado, se puede ver que el plan cumple el objetivo de promover la lectura crítica y esclarecer al alumno sobre información falsa.

Palabras clave: Educomunicación. Fake-news. Desinformación. Educación.

Introdução

Desde o final da década de 2010 é possível observar, por meio de publicações e reportagens, que empresas de tecnologia e plataformas digitais têm firmado acordos com escolas e secretarias de ensino, visando auxiliar na produção do conteúdo das aulas. Muito se tem discutido sobre a real intenção dessas empresas em investir em educação:

O Google.org, braço filantrópico do Google, e a Nova Escola, negócio social ligado à Fundação Lemann, anunciaram parceria para ajudar professores, gestores escolares e até famílias a dar continuidade ao aprendizado durante a pandemia e o isolamento social. Um aporte de R\$ 3 milhões do Google.org será utilizado para criar o projeto Conexão Educativa, que envolverá a adaptação de 6.000 planos de aula alinhados à Base Nacional Comum Curricular (BNCC) e a produção de cursos e materiais de apoio para a aplicação do ensino a distância (BERTOLLOTO, 2020, online).

As estratégias relacionadas ao tema da educação em intersecção com os meios de comunicação vêm sendo debatidas nos últimos anos por diversas entidades e grandes grupos digitais¹. No mesmo período, houve também um acirramento no debate público, na tentativa de regulamentar leis no sentido de combater a propagação de notícias-falsas e desinformação², levando ao público questões relacionadas à interpretação de notícias. Em audiência pública realizada pela câmara dos deputados sobre o projeto de lei 2630/2020, conhecido como "PL das *fake-news*", Natália Leal, diretora de conteúdo da agência Lupa, afirmou que "a educação midiática deve ser vista como uma ação de Estado, parte integrante da política pública de educação." (Leal, 2020, online).

Este artigo pretende apresentar um estudo de caso sobre o plano de ensino do portal *Educamidia.com*, cujo título é "não caia em *fake-news*!" com o intuito de entender a importância de se promover uma educação que incentive a leitura crítica dos meios de comunicação e da informação que é transmitida. Também pretende-se compreender quais estratégias ligadas a esses ensinamentos são ligadas a esses planos. Teoricamente, este artigo busca discutir as relações entre Comunicação e

¹Facebook e Safernet promovem ações de educação digital para escolas públicas brasileiras. <https://emails.estadao.com.br/noticias/comportamento,facebook-e-safernet-promovem-acoes-de-educacao-digital-para-escolas-publicas-brasileiras,70003409144>

² Sobre a regulação de desinformação e o PL das Fake News. <https://www.nexojornal.com.br/ensaio/2020/Sobre-a-regula%C3%A7%C3%A3o-de-desinforma%C3%A7%C3%A3o-e-o-PL-das-Fake-News>

Educação, por meio de um breve estudo sobre o campo da Educomunicação, o propósito de se criar um plano de ensino voltado para uma educação midiática, e qual o critério que determina o que é desinformação. Como método, a partir da análise de conteúdo do plano de aula do portal *educamidia.com* “Não caia em *fake-news*”, busca-se compreender uma aplicabilidade prática de atividades voltadas para o combate à desinformação a partir da análise dos seus tópicos. Por fim, faz-se uma análise crítica dos possíveis interesses de grandes grupos empresariais em adentrar ao espaço escolar com a produção desse tipo de conteúdo.

1. Refletindo sobre mídia e educação a partir da Educomunicação

A centralidade do processo educacional fortemente focalizada na figura exclusiva do enunciador rompe com o processo de comunicação, pois o princípio da alteridade e as subjetividades inerentes a cada estudante são desrespeitadas, a experiência numa sala de aula que não está atenta aos processos comunicacionais se restringe a circulação das linguagens apenas na modalidade verbal e, com isso, deixa escapar outros signos de percepção:

A Educomunicação contribui na formação do educador no sentido de colocar centralidade no diálogo, potencializado pelas tecnologias de comunicação, com o intuito de aumentar o coeficiente comunicativo do ecossistema sala de aula e, como consequência, garantir a qualidade do atendimento às crianças. (DOS SANTOS, 2013, pág. 6).

Numa sociedade alicerçada pela tecnologia, comunicação e informação, um campo como o da Educomunicação se mostra com linhas consistentes pautadas em reflexões teóricas e práticas.

Segundo a Teoria das Mediações Culturais (SOARES, 2014) todos estamos inseridos em diferentes ecossistemas comunicativos que nos envolvem, e transitamos entre as funções de emissores e de receptores de comunicação. É neste contexto que a Educomunicação emerge. Assim, as preocupações no processo comunicativo abordadas pela Educomunicação não estão apenas na análise dos meios de informação em si mesmos, pois são levadas em consideração situações que vão desde a estrutura clássica numa sala de aula, até a passar por questões como a luta de movimentos sociais pelo reconhecimento do direito universal à comunicação, chegando a questões pertinentes à Educação e à Comunicação.

A Educomunicação é uma área que surge a partir da observação de intelectuais latino-americanos das perspectivas sociais, dos seus vínculos comunicativos e das retomadas de problemas teóricos, cujos contornos não poderiam estar limitados apenas à educação para os meios (SOARES, 2014). Aliado a isso, há a questão das mediações, ações de manifestações concretas da transformação do ser humano em seu processo de construção da realidade (BACCEGA, 2001). Ou seja, reconhecer a linguagem e o universo das mídias é importante ao indivíduo para conhecer e interpretar a realidade que o cerca.

Para Soares (2014), o desenvolvimento de um cidadão crítico não pode estar limitado apenas à alfabetização promovida para os meios, pois é preciso valorizar todas as formas de expressão, especialmente a artística, tendo como objetivo a ampliação do potencial comunicativo, da comunidade educadora e de cada um de seus membros pertencentes. Estes são alguns dos objetivos centrais da área da Educomunicação: “a perspectiva educacional de voltar-se prioritariamente aos problemas de cultura e, secundariamente, à questão dos meios de informação” (pág. 23).

Assim, a Educomunicação surge a partir da tentativa de se delimitar um campo intelectual para o tema das relações entre comunicação e educação. Quando se pensa no espaço educacional, quatro assuntos relevantes convergem: linguagens, dispositivos técnicos, o contexto e a cidadania. Portanto, este campo de ensino tem como objetivo a promoção e a leitura crítica dos meios de comunicação, levando em consideração a situação social e particularidades de cada estudante, promovendo estratégias, diálogos e encontros entre a Comunicação e a Educação para que os indivíduos descubram a natureza de suas relações com a mídia, a partir de seus próprios interesses e de seu lugar social, ou seja:

(1) enquanto pesquisa sobre os sujeitos sociais – suas ações, transações e interações –, seu objetivo é a explicação; e (2) enquanto pesquisa para dotar de uma prática reflexiva as práticas espontâneas dos sujeitos, seu objetivo é a aplicação” (CITELLI; SOARES; LOPES, 2020, pág. 16).

O plano de aula, a princípio, pode ser um apenas uma experiência de Literacia Mediática. A Literacia Mediática (ou *Media Education*) deve estar focada numa metodologia que favoreça a análise crítica da mídia, porém, Ismar Soares identifica que a proposta da *Media Education* deve ter no centro de suas preocupações o

processo comunicativo e não exclusivamente a análise dos meios de informação fechados em si mesmos (2014, pág. 22). Para ele, os debates permitem que a *Media Education* deixe de ser tratada apenas como análise de natureza meramente educativa para transformar-se em trabalhos de análise de natureza cultural. Deste modo, foi pensado, segundo o autor, um novo termo e campo que abarca a todas essas questões: a Educomunicação. Desse modo, o plano de ensino pode pertencer a uma proposta educomunicativa.

Apesar das tecnologias de informação fazerem parte da vida dos docentes e discentes, a experiência da sala de aula nem sempre esteve atenta às passagens que a tecnologia promovia socialmente e culturalmente. Anteriormente, mesmo que tecnologias digitais estivessem presentes em sala de aula, não se registravam maiores continuidades e quando apareciam, estavam engessados em contextos sem muita fruição pelos estudantes. Isto modificou-se com o tempo, onde hoje, os celulares, a internet e as plataformas tornaram-se mais presentes na vida, tanto de estudantes e de professores. A Educomunicação preza para a elaboração de uma educação de recepção ativa e crítica de mensagens midiáticas, para que a mensagem possa ser comunicada, reproduzida, vivenciada e estudada. E, por fim, por produção midiática de qualidade, elaborada a partir do conceito de responsabilidade social.

Só se comunica o inteligível na medida em que este é comunicável. Esta é a razão pela qual, enquanto a significação não for compreensível para um dos sujeitos, não é possível a compreensão do significado à qual um deles já chegou e que, não obstante, não foi apreendida pelo outro na expressão do primeiro. A educação é comunicação, é diálogo, na medida em que não é transferência de saber, mas um encontro de sujeitos interlocutores que buscam a significação dos significados (FREIRE, 1979, pág. 67).

A Educomunicação preza para a elaboração de uma educação de recepção ativa e crítica de mensagens midiáticas, para que a mensagem possa ser comunicada, reproduzida, vivenciada e estudada. E por fim, por produção midiática de qualidade, elaborada a partir do conceito de responsabilidade social. Ligado ao tema das mensagens midiáticas e sua interpretação, há uma prática não necessariamente atual, mas que ganhou destaque nos últimos anos: a prática da desinformação e divulgação de mensagens falsas.

2. A Desinformação e algumas de suas definições

No decorrer da atual década, sobretudo após o ano de 2016, o conceito de “desinformação” começou a ser mais divulgado e a despertar interesse³, o termo *fake-news* torna-se presente no dia-a-dia devido a enorme quantidade de informações a que o indivíduo é exposto por meio de plataformas, páginas da internet e redes sociais, sendo muitas delas com discursos enviesados ou divulgando inverdades com o objetivo de fortalecer um grupo. Quando isso chega a níveis mais altos, a ponto de inflamar o debate público, incitar discursos de ódio, provocar questionamentos com base em inverdades e questionar o decoro de instituições⁴, destaca a importância de se falar sobre o tema. A incidência dos meios tradicionais e o impacto das novas tecnologias na vida em sociedade, associada com a crise de confiança nas instituições, como por exemplo: o governo, a imprensa, a ciência e até mesmo em pessoas, potencializam seus efeitos nocivos. O desenvolvimento de habilidades comunicacionais estando intimamente relacionado com a compreensão crítica pode ser um possível elemento de combate a prática: “todos estamos inseridos nos diferentes ecossistemas comunicativos que nos envolve, transitando entre as funções de emissores e de receptores de comunicação” (SOARES, 2014, pág. 18).

Ainda sobre o conceito, é importante notar:

Não que pautar decisões por meio de mentiras – e não por fatos – seja novidade. A humanidade sempre viveu em uma pós-verdade e o poder de dominação do *homo sapiens* frente às outras espécies está intimamente relacionado à habilidade de criar ficções e acreditar nelas. Na terra da era digital com informações e escolhas infinitas, as pessoas criam seu ambiente de mídia pessoal em busca de conteúdos – textos, áudios, vídeos – que confirmem-se o que sentem e defendem é verdadeiro. A exposição seletiva de ideias pautada por algoritmos-curadores contribui para a polarização extrema e condena os indivíduos a viverem em um mundo construído a partir dos próprios fatos (SPINELLI, 2018; SANTOS 2008; pág. 47)

Sobre a difusão de notícias falsas ainda pode-se citar:

A mentira ou a distorção não começou com a Internet. São conhecidos muitos casos de emissoras de TV que desvirtuaram ou ocultaram fatos para favorecer seus interesses. Também a espetacularização dos debates públicos já predominava na mídia tradicional, destacando os efeitos em

³Fake-news não se combatem apenas com leis. Disponível em: <https://www.istoedinheiro.com.br/fake-news-nao-se-combatem-apenas-com-leis-dizem-analistas/>

⁴ Inimigos da democracia. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/ana-cristina-rosa/2020/09/inimigos-da-democracia.shtml>

detrimento dos conteúdos. A novidade do que ocorre a partir das novas tecnologias pode estar na escala (a velocidade de propagação quase imediata combinada com alcance global, popularizada como “viralização”) e no direcionamento segmentado das mensagens associado à coleta de dados pessoais dos(as) usuários(as) de Internet, o que torna o problema mais complexo de se enfrentar. (COLETIVO INTERVOZES, 2019, pág. 4)

Pode-se então encontrar dentro deste termo três diferentes noções que englobam o conceito de desinformação: a **informação falsa**, que nem sempre tem intencionalidade de causar dano; a **má informação**, sempre direcionada para prejudicar algo e a **desinformação**, está associada com a manipulação com intencionalidade direta de causar dano a alguma estrutura, grupo ou pessoa (SPINELLI; DE ALMEIDA SANTOS, 2019 pág. 48). Dentro de um cenário informativo cada vez mais complexo e altamente ligado com a dataficação da vida humana, estratégias a esse combate para fazer com que o cidadão aprenda a lidar com esse ambiente digital (BUCKINGHAM, 2019).

3. Metodologia e análise do plano de aula:

Para fazer este artigo optou-se pelo método de estudo de caso, pois, pretendeu-se fazer uma pesquisa ampla sobre dois assuntos gerais e, a partir disso, aprofundar-se em um conhecimento sobre um objeto específico (BARDIN, 2011). Um dos assuntos de tema geral é a área da Educomunicação. Pontua-se algumas de suas características e a sua importância. O outro assunto de tema geral é a “desinformação” e tem-se por objetivo observar o que tem sido elaborado acerca do tema e quais as discussões mais proeminentes. Já o assunto específico é o plano de aula “não caia em *fake-news*” elaborado pelo portal Educamídia.

O portal Educamídia é uma iniciativa da Fundação Palavra Aberta que, segundo sua própria apresentação: “tem por objetivo preparar as crianças e os jovens para aprender com senso crítico e responsabilidade no século 21” (<https://educamidia.org.br/> Educamídia, 2020, acesso em 24/11/2020). Este site apresenta para educadores recursos, planos de ensino, biblioteca *online*, um canal na plataforma YouTube com vídeos e algumas notícias sobre educação para uso das mídias, possui apoio da empresa Google e está licenciado em *Creative Commons*:

EducaMídia é o programa do Instituto Palavra Aberta com apoio do Google.org criado para capacitar professores e organizações de ensino, além de engajar a sociedade no processo de educação midiática dos jovens,

desenvolvendo seus potenciais de comunicação nos diversos meios. Foi construído a partir de três competências centrais: interpretação crítica das informações, produção ativa de conteúdos e participação responsável na sociedade. Atua na formação de professores, no apoio a formuladores de políticas públicas e na sensibilização para o tema. A plataforma centraliza conteúdos para formação e pesquisa, além de materiais e recursos para a sala de aula alinhados com a Base Nacional Comum Curricular (BNCC). (Educídia, <https://educamidia.org.br/quem-somos>, 2020, acesso em 24/11/2020).

Pretende-se observar se o plano de aula está em conformidade com as características e princípios educomunicativos, se a sua aplicabilidade é plausível e, por fim, se tem relação com as críticas, ponderações e análises feitas sobre o tema da desinformação; se o plano apresenta pontuações e elucidações que podem auxiliar no combate da propagação da desinformação e se ele está em conformidade com a literatura selecionada sobre o assunto.

Ao final, também se tece uma reflexão sobre qual a motivação de setores societários (por vezes com pouca ligação com Educação) terem interesse neste assunto e é feita uma síntese em que observa-se se o plano de aula se enquadra dentro de princípios Educomunicativos.

O plano de ensino elaborado pelo portal *educamidia.com* busca, por meio de duas atividades, uma aula expositiva que procura passar os conceitos debatendo-os; apresenta também outra atividade em grupos, onde os estudantes avaliam a atividade, interpretando notícias e buscando compreender se há ou não manipulação. Por fim, há uma terceira tarefa, em que o estudante é convidado a criar notícias duvidosas com o intuito de compreender o porquê da prática de espalhar notícias falsas é tão difundida.

Seguindo as orientações de Bardin (2011), uma análise de conteúdo se divide em etapas: a pré-análise, a exploração de material e a interpretação (BARDIN, 2011). Para se fazer a pré-análise é necessário uma leitura prévia do material, para saber do que ele se trata e, após isso, selecionar os documentos que foram coletados para a análise, constituir um corpus e formular as hipóteses e os objetivos e por fim preparar o material.

Passada essa primeira etapa é feito o tratamento dos resultados obtidos e a sua interpretação. Nesta segunda parte faz-se uma codificação e categorização do material fazendo-se um recorte das unidades de registro e de contexto. Após isso observa-se a unidade de registro que deve conter: a palavra, o tema, o objeto ou referente, o acontecimento e o documento. Por último, mas ainda dentro do tratamento

dos resultados, são observadas as unidades de contexto (aqui a pertinência é levada em consideração) e, por fim, é feita a categorização, em que se segue algum critério semântico, sintático, léxico ou expressivo.

A terceira e última etapa da análise é a interpretação dos resultados, que é feita por via da inferência, ou seja, uma forma de interpretação controlada. Para Bardin a inferência pode “apoiar-se nos elementos constitutivos do mecanismo clássico da comunicação: por um lado, a mensagem (significação e código) e o seu suporte ou canal; por outro, o emissor e o receptor” (BARDIN, 2011, pág. 133).

Assim, a pesquisa foi elaborada seguindo o caminho da análise de Bardin: “pré-análise”, “tratamento dos resultados obtidos e apresentação” e “interpretação dos resultados”.

4.1. Etapa 1 – Documentos selecionados para pré-análise

O plano de aula do *Educamídia.com* é disponibilizado de forma gratuita por meio do endereço: <https://educamidia.org.br/plano-de-aula/nao-caia-em-fake-news> e constam nele três arquivos: **os slides de aula expositivos**, nos quais encontram-se o conteúdo teórico da aula, **os slides com a proposta da tarefa em grupo**, onde os estudantes buscam investigar notícias propostas e investigar sua veracidade e sua composição. O último arquivo é um **slide de tarefa extra**, que propõe a criação de notícias falsas para que a partir da compreensão crítica sejam averiguadas as razões de uma prática como essa ser tão difundida e realizada.

Figura 1 – slide de aula expositivo



Figura 2 - slide de aula expositivo

“Fake news” são

- inverdades
- fabricações
- mentiras

Mas outros tipos de conteúdo também podem contribuir para a **desinformação.**

Figura 3 - slide de aula expositivo: “Sátira ou humor”

Estes exemplos não são o mesmo que *fake news*:

Sátira ou humor

Fonte: Sensacionalista

Pat. Jet ski por aplicativo faz sucesso e desbanca patinete no Rio

Compartilhar no Facebook Tweet no Twitter G+ P WhatsApp

A imagem principal do slide mostra uma pessoa fazendo jet ski em uma rua inundada, com árvores e prédios ao fundo. Acima da imagem, há uma barra de compartilhamento com ícones para Facebook, Twitter, Google+, Pinterest e WhatsApp.

Nas figuras 1, 2 e 3 vemos os *slides* que apresentam as informações teóricas sobre os temas que irão ser abordados, trazendo uma explicação concisa, mas ao mesmo tempo histórica e bem estruturada. É apresentado também como será o desenvolvimento da dinâmica e da teoria. A introdução histórica, faz um apanhado geral falando um pouco sobre o nascimento da imprensa e sobre a elaboração de notícias. Após isso são introduzidos os temas da desinformação, bem como: letramento e poluição informacional, estes temas são colocados já com a contextualização do conteúdo. Há também uma rápida fala sobre as *fake-news* e a desinformação e por fim começam os *slides* com exercícios, onde o primeiro apresenta a diferença entre sátira e humor.

Figura 4 – slide de aula expositivo: “Conteúdo Patrocinado”

Conteúdo patrocinado (pago)

Parece notícia... mas tem a finalidade de vender algo. É **publicidade!**

11 curiosidades sobre Amsterdam pra te fazer querer pegar o avião AGORA

O lugar tá cheio de atrações incríveis para você conhecer

publicado 27 de maio de 2019, 12:42 o.m.

Amstel Brasil
Brand Publisher

Be one of the first to comment ↓

Facebook
Pinterest
Twitter
Telegram
Email
Link

1. Sabe quando você tem tantas opções que não sabe o que escolher? Amsterdam tem mais de 75 museus.

Figura 5 – slide de aula expositivo: “Notícias tendenciosas”

Fox News v. Fox News Latino

How do they frame the same story for two different audiences?

In Rare Move, University Grants \$22K Scholarship To Undocumented Student

MONEY FOR ILLEGALS

mediamatters.org

Notícias tendenciosas

Esta universidade americana deu uma bolsa de USD 22 mil para um imigrante sem documentos.

Isto é bom ou ruim?

Compare a linguagem.

Figura 6 – slide de aula expositivo: “Opinião”

October 29, 2010 • COURIER

OPINION

Homosexuality isn't a human right

Dear Editor,

Unfortunately, many of the arguments for and against the military's "Don't Ask, Don't Tell" policy (Courier Point Counterpoint, Oct. 22) are not truly relevant. Take arguments involving poll numbers, unit cohesion and money. If homosexuality is actually one of our "human rights," that would easily trump the aforementioned arguments.

The central, critical issue is... Is homosexual activity a human right? The answer, in short form, is clearly NO. It's not a human right, any more than sex between a father and his consenting-adult son or daughter is a human right; or any more than certain other sexually aberrant acts involving consenting adults (e.g., exhibitionism) are human rights.

The hard truth is homosexual activity is immoral, something that objective, thinking people have known for centuries but which has been "forgotten" in these backward politically correct times when reasonings can transcend logic. Thinking people recognize the male mind.

body is a sure sign something went wrong somewhere; so a homosexual mind is a sure sign of a disorder. But too many people want to ignore inconvenient truths in their seeming quest to take us back thousands of years to the old, primitive, and decadent Greek and Roman societies that valued homosexual activity—and which decadent societies collapsed. Let's progress, not regress.

Wayne Lela
Heterosexuals Organized for a Moral Environment

Cartoon

"A homossexualidade não é um direito humano."

Opinião

Infelizmente, artigos de opinião nem sempre estão claramente identificados.

Busque identificar se há linguagem tendenciosa ou interesses ocultos.

Figura 7 – slide de aula expositivo: “Jornalismo preguiçoso”

Jornalismo “preguiçoso”

Problema frequente em reportagens científicas, em que **informações complexas** são necessárias para explicar os fatos.

CIÊNCIA

Técnica testada em ratos cura câncer com 96% de eficiência

Cientistas descobrem dupla de substâncias que ativa o sistema imunológico e põe as células de defesa do corpo para combater tumores

Por Bruno Valente, de SUPER
@ 3 fev 2016, 09h13 - Atualizado em 2 fev 2016, 11h54



Rato: vacina testada em animal combate câncer com alta eficácia (Kivavich/Thinkstock)

Figura 8 – slide de aula expositivo: “Erro de reportagem”

Erro de reportagem

Boatos e inverdades publicados sem apuração durante um acontecimento que ainda está em evolução.

[Veja mais \(video\)](#)

NEW YORK POST

Authorities circulate photos of two men spotted carrying bags near site of Boston bombings

By Larry Green
April 18, 2013 | 4:00am



Figura 9 – slide de aula expositivo: “Caça-cliques”

Caça-cliques

CLICKBAIT

Que tipo de linguagem o caça-cliques usa? Por quê?



Ela rouba a carteira de um pedestre na rua. Você não vai acreditar no que acontece depois!

Esses amigos resolveram conferir o que acontece quando as pessoas presenciam um roubo. Para isso, eles decidiram organizar uma câmera escondida na rua. O que podemos dizer é que as reações vão te surpreender!

Nos *slides* 4, 5, 6, 7, 8 e 9 é dada a continuidade ao que havia se iniciando no *slide* de “sátira e humor”. Essas projeções tem o objetivo de categorizar os gêneros

de notícias e expor cada um deles, explicando com um exemplo prático-ilustrativo e com uma breve reflexão para ser trabalhada com o estudante, falando sobre a diferença entre: “conteúdo patrocinado”, “notícias tendenciosas”, “opinião”, “jornalismo ‘preguiçoso’”, “erro de reportagem” e “caça-cliques”.

Figura 10 - slide de aula expositivo: Conteúdo 1

Atividade 1: É difícil espalhar fake news?
Escreva um título falso para...

Entreter

- Celebidades descontroladas
- Animais engraçados
- Eventos malucos

Exemplo:

Competição nacional de escalada de edifícios termina com centenas de presos.

Maior gato do mundo precisa de dois bilhetes aéreos para viajar.

Vender algo

- Produto de saúde
- Tecnologia
- Alimentos

Exemplo:

Suplemento alimentar especial vai fazer você aprender Inglês em seu sono.

Um novo carro híbrido que permite voar sobre o tráfego congestionado será vendido em 2020.

EDUCAMÍDIA

No slide 10, apresenta-se uma tarefa extra em que o estudante é estimulado a produzir alguns enunciados e notícias de forma a reforçar o conhecimento. A tarefa propõe que o estudante pense por si mesmo e produza um conteúdo ligado aos diferentes gêneros de notícias.

Figura 11 – slide de aula expositivo: Conteúdo 2

Fuja da desinformação
 6 perguntas para analisar se um texto de mídia é confiável

EVIDÊNCIAS <i>Os fatos se sustentam?</i>	FONTE <i>Quem criou isto, e posso confiar nesta fonte?</i>	CONTEXTO <i>Qual é a história maior?</i>	AUDIÊNCIA <i>Para quem isto foi criado?</i>	PROPÓSITO <i>Por que isto foi criado?</i>	EXECUÇÃO <i>Como esta informação está sendo apresentada?</i>
Procure informações que possam ser verificadas: nomes, números, lugares, documentos.	Considere todos os envolvidos na publicação e divulgação: quem escreveu, quem publicou, quem financiou, agregadores de conteúdo, usuários das mídias sociais.	Avalie se isto é toda a história ou parte dela, e considere as outras forças em jogo: eventos da atualidade, tendências culturais, objetivos políticos, interesses financeiros.	Identifique tentativas de agradar a um público específico ou um determinado tipo de pessoa, através de escolha de imagens, técnicas de apresentação, linguagem ou conteúdo.	Procure pistas sobre a motivação: a missão do editor, linguagem ou imagens persuasivas, táticas de monetização, agendas explícitas ou implícitas, chamados à ação.	Observe como a forma de apresentação afeta o impacto da mensagem: estilo, gramática, tom de voz, escolha de imagens, diagramação e elementos gráficos.

E.S.C.A.P.E. Junk News desenvolvido por NewsSumEd

Figura 12 – slide de aula expositivo conteúdo 3

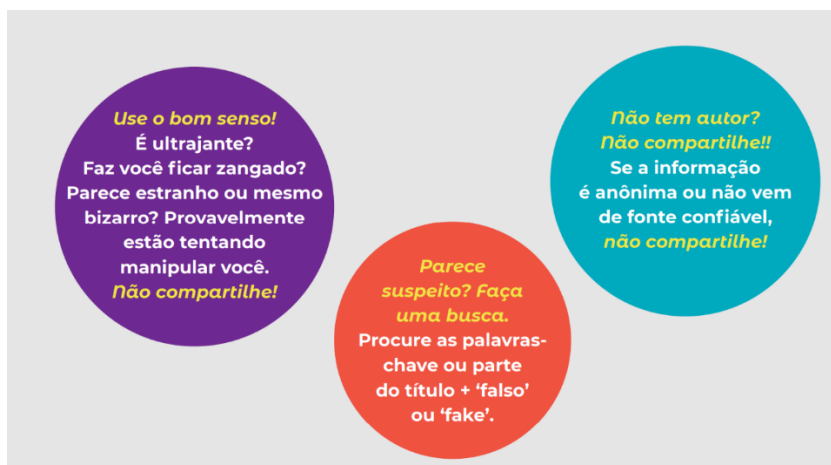


Figura 13 - slide com a proposta da tarefa em grupo 1:



Figura 14 - slide com a proposta da tarefa em grupo 2:



Figura 15 - *slide* com a proposta da tarefa em grupo 3:



Passada a introdução com os slides 1, 2 e 3; passados os slides com exposições de gêneros: 4, 5, 6, 7, 8 e 9; e também o slide 10, que contém a tarefa, nas figuras 11, 12, 13, 14 e 15 apresenta-se a continuação da teoria, na estrutura de tópicos e infográficos, separando os sentidos dos porquês e de como comunica-se algo. Os infográficos voltam a dialogar com o estudante através de perguntas e passam conceitos diretos e bem definidos sobre: “evidência”, “fonte”, “contexto”, “audiência”, “propósito” e “execução”.

Estas figuras selecionadas correspondem a apenas alguns dos *slides* contidos no plano de ensino, optou-se por separar estes em específico, pois outros são continuidade deles, seja na parte teórica, na parte de tarefa individual ou de exposição dos gêneros informacionais. Todas as projeções são concisas e bem contextualizadas, com exemplos bastante atuais, ilustrativos e elucidativos, os itens teóricos dividem os conteúdos em gêneros bem definidos e a linguagem é acessível e bem elaborada.

4.2. Etapa 2 – codificação e categorização do material

Percebe-se que o material disposto no plano de aula está bem categorizado pois está de acordo com práticas que promovem um bom diálogo entre o estudante e o tema a ser explorado. A pesquisa de Thynaina Máximo e Inês Vitorino destaca alguns pontos a serem assistidos numa abordagem educativa relacionada com o tema, a saber:

- 1) Levar as crianças a sério, valorizando seus saberes e experiências no contato com as redes sociais, inclusive suas percepções acerca do que seja o público, o privado e o íntimo, e sobre os conteúdos usualmente postados e/ou compartilhados na rede, colocando tais percepções em debate
- 2) Evitar o pânico moral, orientando as crianças na direção da maximização de oportunidades, minimização de riscos e eliminação de danos no uso dos dispositivos comunicacionais. No que concerne especialmente à publicização de conteúdos na rede, isso implica reconhecer e problematizar que tais dispositivos os expõem a riscos, mas também à oportunidades de fazer amigos, estabelecer contatos e participar na vida pública;
- 3) Prepará-los para o exercício da cidadania online, estimulando a problematização dos padrões difundidos em conteúdos de entretenimento e comerciais que desqualificam a imagem, a religião, o gênero, a etnia, a cor ou a orientação sexual de indivíduos e/ou grupos sociais;
- 4) Estabelecer limites ao uso excessivo de dispositivos comunicacionais, problematizando o imperativo da conectividade e do consumismo disseminado nas redes sociais, permeados por marcadores como o sucesso, a fama e a popularidade, que impactam de forma crescente as culturas infantis;
- 5) Articular orientações de caráter técnico com discussões acerca dos aspectos culturais e éticos da comunicação, fortalecendo a autonomia de meninos e meninas no contato com as redes sociais, em particular, no que concerne ao acesso, à postagem e o compartilhamento de conteúdos que envolvam indivíduos e grupos sociais. (MAXIMO; VITORINO, 2019, online).

Na etapa da pré-análise, observa-se o plano por inteiro: os slides para orientação do professor, os slides com os exercícios de síntese e por fim o slides com o exercício extra. Nesta etapa, o objetivo é tornar operacional e sistematizar a ideia afim de conduzir a um caminho o desenvolvimento, segundo Bardin, esta fase possui três missões: a escolha dos documentos que serão submetidos à análise, a formulação das hipóteses e seus objetivos e a elaboração de indicadores que fundamentem a interpretação final (Bardin, 2012).

Quando são apresentadas as figuras 1 e 2 pode-se observar a consonância com o artigo de Spinelli e Santos (ano) sobre desinformação, pois o plano de ensino busca dar meios que permitam às crianças e adolescentes desenvolver competências e uma atitude crítica e também exigente com a mídia, não temendo o diálogo com meios de comunicação. Com a colocação das imagens 1 e 2, vê-se apresentação do tema, já nas figuras 3, 4, 5, 6, 7, 8 e 9 são apresentadas diferentes formas de se falar sobre um acontecimento e que podem induzir ao caminho da desinformação. As figuras 10, 11 e 12 servem como fio condutor para as outras etapas da pesquisa, o tratamento dos resultados obtidos e a interpretação dos resultados.

Ao se separar por temas bem específicos: sátira ou humor – conteúdo patrocinado - notícias tendenciosas - opinião - conteúdo patrocinado - jornalismo preguiçoso - erro de reportagem e caça-cliques o estudante tem contato com aquilo a

que pode vir a ser o texto informado, já nas figuras 10, 11 e 12 o levam a esquematizar o pensamento acerca do tema para elucidar suas ideias. Na figura 10 vê-se um quadro comparativo e didático no qual o professor estimula os estudantes a conhecer os diferentes etapas e conceitos que são observados na elaboração de uma notícia. Por fim, as figuras 14, 15 e 16 mostram no plano de aula uma proposta de atividade em que o estudante, após a exposição dos conceitos, é levado a considerar se as notícias apresentadas são falsas ou verdadeira. Vale ressaltar que a figura 11 apresenta uma tarefa extra, como uma lição a mais onde o próprio estudante passa pela experiência de criar uma notícia falsa e depois explicar como a elaborou.

4.3. Etapa 3 - Análise e interpretação dos resultados

Observou-se que o plano atende a princípios da Educomunicação, bem como está em conformidade com materiais de estudo sobre o tema da desinformação; sua aplicabilidade está assentada dentro de um contexto que o torna apto ao ensino ao qual ele propõe-se fazer. O material também é acessível e seu principal objetivo está em seu conteúdo e não no seu formato. Ele também atende bem a necessidades intelectuais e demais habilidades cognitivas dos educandos.

O plano tem conformidade com princípios educacionais, como por exemplo, o princípio das “relações colaborativas entre sociedade e indivíduo”, princípio este que apresenta como proposta envolver trocas entre diferentes instâncias de forma a cooperarem para formação de cidadãos críticos e participantes. E também o princípio da “conscientização social” que busca trazer um ideal como forma de construir uma leitura crítica do conteúdo transmitido por meios de comunicação para a sociedade, a fim de colaborar para uma melhor formação ética do ser humano.

Seu conteúdo também tem consonância com pesquisas sobre o tema das *fake-news* no tocante a estimular o estudante a pensar as razões da notícia que lê e se questionar suas origens, apontando diferenças entre informações falsas ou informações imprecisas:

A tecnologia atual constrói uma semiótica formada pela diversidade de códigos culturais, então, desenvolver e implementar projetos de interpretação com os códigos informático-digitais, é uma tarefa que envolve a observação das linguagens da comunicação (verbais, visuais, sonoras, audiovisuais) e a

educação deve usar de competências semióticas que impulsionem a interpretação dos códigos a que essas mensagens estão circunscritas. (MACHADO;RAMOS, 2019, pág. 51).

Preocupações com a desinformação e com o poder manipulador de mensagens são muito antigos, e saber lidar com o poder que a manipulação pode exercer, procurando interpretar as mensagens e sua procedência é uma tarefa da Educomunicação:

A batalha simbólica pela mensagem que é propagada nos meios de comunicação está ligada à hegemonia ideológica ao uso da comunicação como forma de acessar e manter os mecanismos de poder induzindo a mecanismos que tentam limitar a crítica, o diálogo, a denúncia e a oposição. Trabalhar pela liberdade de expressão é tarefa do educador e conhecer os mecanismos para que se assim seja propagado uma interpretação de mundo diversificada e uma cultura dialógica, diversificada e libertadora. (ROMANINI; COSTA 2019, pág. 72)

A Educomunicação deve estar em conexão direta com a ideia de defesa da liberdade de expressão, da defesa dos direitos individuais e coletivos em todos os meios de comunicação, guiando o indivíduo a como proceder para isso.

4. Considerações Finais

Nota-se que o plano de aula atende ao princípio da Educomunicação da conscientização social, pois este princípio busca trazer meios que façam o indivíduo construir uma interpretação crítica da sociedade, constituindo um indivíduo autônomo. O plano atende bem sua proposição e expõe de forma didática quais seriam os limites duma notícia e como é construída a desinformação.

O plano de ensino também se adequa ao combate da desinformação, pois além de transitar entre o ensino sobre *fake-news* estimula o estudante o engajamento dentro de sua comunidade e estimula o olhar crítico para a informação que chega a ela. O roteiro é acessível ao professor e à comunidade escolar que o deseja acessar, sendo de fácil aplicabilidade em escolas dos mais diversos estratos sociais.

A questão a se observar e ficar atento é que planos como estes do portal *educamidia.org* têm sido produzidos e divulgados cada vez mais por empresas, órgãos e grupos da iniciativa privada. Quando empresas como a gigante Google demonstram interesse em investimento maciço e milionário em setores educacionais,

algo deve ser levantado e debatido. O Educamídia tem ligação com Google, através do Instituto Palavra Aberta (entidade que criou o Educamídia), o projeto de ligação entre os dois reside na proposta filantrópica da empresa de levar educação a fim de ensinar estudantes a distinguirem *fake-news* e notícias reais. Ele também possui um curso voltado apenas para educadores. O Google também oferece dentro de outros projetos ditos de filantropia oferecer bolsas de estudos para cursos que tenham suporte em tecnologia e propostas de diminuir a desigualdade de gênero dentro da área da tecnologia.⁵

A partir do momento em que grupos como estes se apropriam de debates legítimos como os promovidos pela Educação num sentido geral, um questionamento a respeito de quais motivações por setores como estes despertarem interesse, observando-se não apenas a qualidade de seus materiais.

Notícias atuais têm indicado que diversos grupos empresariais e plataformas têm interesse na área educacional e promovem programas semelhantes ao analisado (algumas vezes gratuitos outras vezes privados)⁶, o que leva a crer que a educação tem se tornado um ramo de negócios lucrativo⁷. A observação sobre os motivos pelos quais grupos empresariais pretendem investir em educação é um campo a ser explorado, pois, por mais que a intenção possa ser boa, e o material bem elaborado, é preciso que as razões pelas quais grupos lançam-se de maneira tão ostensiva sobre a educação, levantando dúvida sobre os seus reais interesses e abrindo novas possibilidades de pesquisa.

Referências:

BACCEGA, Maria Aparecida; COSTA, Maria Cristina Castilho (Ed.). Gestão da comunicação: Epistemologia e pesquisa teórica. Editora Paulinas, 2012.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**, Grupo Medina, São Paulo, 2011.

⁵ Google vai investir R\$ 8,5 milhões em educação no Brasil - Projetos são patrocinados pelo braço filantrópico da empresa. Disponível em <https://www.otempo.com.br/economia/google-vai-investir-r-8-5-milhoes-em-educacao-no-brasil-1.2193739>

⁶ Pandemia transforma Plurall na maior plataforma de ensino digital do país. Disponível em <https://veja.abril.com.br/educacao/pandemia-transforma-plurall-na-maior-plataforma-de-ensino-digital-do-pais/>

⁷ 4 startups brasileiras de educação para ficar de olho em 2019. Disponível em <https://desafiosdaeducacao.grupoa.com.br/startups-brasileiras-educacao-2019/>

BERTOLLOTO, Rodrigo. Google investe R\$ 3 mi para adaptar aulas para crianças em confinamento. 2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/ecoa/ultimas-noticias/2020/05/27/google-investe-r-3-mi-para-adaptar-aulas-para-criancas-em-confinamento.htm>, acesso em 24/11/2020.

CITELLI, Adilson; DE OLIVEIRA SOARES, Ismar; DE LOPES, Maria Immacolata Vassallo. **Educomunicação: referências para uma construção metodológica**.

COSTA, Maria Cristina Castilho; ROMANINI, Vinícius. A educomunicação na batalha contra as fake news. **Comunicação & Educação**, v. 24, n. 2, pág. 66-77, 2019.

CURY, Lucilene; CONSANI, Marciel. A educação de hoje rumo à educação planetária de amanhã. **Comunicação & Educação**, v. 24, n. 2, pág. 78-87, 2019.

DE ARAUJO MACHADO, Irene; RAMOS, Daniela Osvald. Alfabetização semiótica com os códigos informático-digitais da internet. **Comunicação & Educação**, v. 24, n. 2, pág. 38-53, 2019.

DE OLIVEIRA SOARES, Ismar. Educomunicação e Educação Midiática: vertentes históricas de aproximação entre comunicação e educação. **Comunicação & Educação**, v. 19, n. 2, pág. 15-26, 2014.

DE OLIVEIRA SOARES, Ismar. Gestão comunicativa e educação: caminhos da educomunicação. **Comunicação & Educação**, n. 23, pág. 16-25, 2002.

DESINFORMAÇÃO E EDUCAÇÃO MIDIÁTICA, Agência Lupa, 2020. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2020/08/05/desinformacao-educacao-midiatica-pl2630/>, acesso em 22/09/2020.

DOS SANTOS, Marcelo Augusto Pereira. Cuidar, Educar e Comunicar: Estudo sobre as relações entre Educomunicação, Educação Infantil e Formação de Professores na cidade de São Paulo. 2013. Disponível em: <https://tvcedrorosa.files.wordpress.com/2013/05/artigo.pdf>, acesso em 22/11/2020.

GOOGLE INVESTE 3 MILHÕES DE REAIS PARA ADAPTAR AULAS PARA CRIANÇAS EM CONFINAMENTO, UOL, 2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/ecoa/ultimas-noticias/2020/05/27/google-investe-r-3-mi-para-adaptar-aulas-para-criancas-em-confinamento.htm>. Acesso em 09/11/2020.

INSTITUTO PALAVRA ABERTA. Educamídia - Educação Midiática. <https://educamidia.org.br/> Acesso em 30/09/2020.

INSTITUTO PALAVRA ABERTA. Plano de aula: “não caia em *fake-news*”. <https://educamidia.org.br/plano-de-aula/nao-caia-em-fake-news>. Acesso em 17/11/2020.

INTERVOZES, “Desinformação: ameaça ao direito à comunicação muito além das fake news”. 2019. Disponível em: <https://intervozes.org.br/publicacoes/desinformacao-ameaca-ao-direito-a-comunicacao-muito-alem-das-fake-news/> Acesso em 17/11/2020.

MÁXIMO, T.; VITORINO, I., “Literacia Digital: Crianças, Riscos e Oportunidades na Internet”. In: Educomunicação e suas áreas de intervenção novos paradigmas para o diálogo intercultural - **Educação para a Comunicação**. 2019

SILVA, FPD. Princípios educomunicativos: uma análise sobre a série infantil Cocoricó da TV Cultura de São Paulo. In: **XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste–Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM)**. 2009.

SPINELLI, Egle Müller; DE ALMEIDA SANTOS, Jéssica. Saberes necessários da educação midiática na era da desinformação. **Revista Mídia e Cotidiano**, v. 13, n. 3, pág. 45-61. 2019.

SOARES, Ismar de Oliveira ; VIANA Claudemir; XAVIER, Jurema Brasil. **Educomunicação e suas áreas de intervenção: novos paradigmas para o diálogo intercultural**. Disponível em <https://portolivre.fiocruz.br/educomunica%C3%A7%C3%A3o-e-suas-%C3%A1reas-de-interven%C3%A7%C3%A3o-novos-paradigmas-para-o-di%C3%A1logo-intercultural>, acesso em 22/11/2020

SOARES, Ismar de Oliveira; VIANA, Claudemir Edson; XAVIER, Jurema Brasil. **Educomunicação e alfabetização midiática: conceitos, práticas e interlocuções**. São Paulo, SP: ABPEducom, 2016.