



## VERIFATO NAS ESCOLAS: EDUCAÇÃO MIDIÁTICA E COMBATE A DESINFORMAÇÃO NA EDUCAÇÃO BÁSICA

IGOR TEIXEIRA DA COSTA SALGUEIRO<sup>1</sup>; MARISA VIEIRA DE CAMPOS<sup>2</sup>;  
SILVIA PORTO MEIRELLES LEITE<sup>3</sup>

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – igorsalgueiro4@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – marisacampos00@gmail.com*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas – silviameirelles@gmail.com*

### 1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho visa apresentar a proposta de intervenção pedagógica em educação midiática com foco no combate à desinformação desenvolvida no âmbito do projeto de extensão Verifato nas escolas. O projeto atual é um desdobramento de um projeto de ensino anterior intitulado **“Checagem de imagens que circulam no ciberespaço”**<sup>1</sup>, encerrado em 2020, que elaborou uma proposta pedagógica em educação midiática voltada inicialmente para os alunos do curso de jornalismo da UFPel e, a posteriori, aos demais alunos da universidade.

Desenvolvido para a comunidade em que a UFPel está inserida, o projeto atual visa promover a iniciativa da educação midiática em seis escolas da rede pública estadual no município de Pelotas, através de um curso de curta duração envolvendo a participação dos alunos com vistas aos seguintes objetivos: 1) promover um debate acerca do atual cenário da desinformação (WARDLE, 2019); 2) apresentar e engajar os alunos ao consumo de conteúdos produzidos por agências de fact-checking (FERRACIOLI, 2020; SEIBT, FONSECA, 2019); 3) explorar características e funcionalidades de plataformas que apresentam o recurso de busca reversa por imagem; 4) estimular as possibilidades de técnicas de análise visual; 5) fomentar o uso da ferramenta de análise textual Fake Check, desenvolvida pelo ICMC-USP e por fim 6) orientar sobre os procedimentos de denúncia de publicações com conteúdo desinformativo em mídias sociais.

Não é recente que o mundo, como um todo, enfrenta o problema da desinformação em instâncias institucionais e individuais. No entanto, apesar da crescente de publicações na área, muito se tem discutido para desenvolver formas de mitigar seus impactos. Entendida como um conjunto de práticas que promove a criação e circulação de conteúdo falso, enganoso ou retirado de contexto com o intuito de enganar ou persuadir o interlocutor (WARDLE, 2019), a desinformação está presente no ecossistema midiático digital brasileiro em meio a um cenário de polarização política, e tem se intensificado com a chegada da pandemia.

Segundo dados sobre o Brasil do relatório do Reuters Institute em parceria com a Universidade de Oxford<sup>2</sup>, a torrente de informações sem credibilidade, relacionadas à pandemia de covid-19 fez com que a demanda por conteúdo digital dos 10 maiores jornais do país aumentasse 64% na primeira metade de 2020. Ao passo que parte da população recorre ao jornalismo como forma de se

<sup>1</sup> Resumo publicado no VI Congresso de Ensino de Graduação, referente à 6ª Semana Integrada UFPel 2020. Disponível em: [https://cti.ufpel.edu.br/siepe/arquivos/2020/CH\\_02058.pdf](https://cti.ufpel.edu.br/siepe/arquivos/2020/CH_02058.pdf).

<sup>2</sup> Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021/brazil>. Acesso em: 19/07/2021



inteirar do novo ou desconhecido, o país também enfrenta um sistemático ataque à imprensa por parte do presidente da república e aliados do governo federal<sup>3</sup>. Ainda segundo o relatório, 54% das pessoas entrevistadas na pesquisa diziam acreditar, no geral, em notícias. Em paralelo, um relatório divulgado pelo Canal Reload<sup>4</sup> em 2020 - iniciativa jornalística com foco em conteúdo audiovisual para jovens nas mídias sociais em parceria com 10 redações de veículos de jornalismo independente - destaca que 75% (de um total de 278 respondentes) dos jovens, de todas as regiões do país e que responderam à pesquisa, consomem notícias na internet diariamente e 91% tem as redes sociais como principal fonte de notícias; 70% deles afirmam utilizar o Instagram como principal rede utilizada para se manterem informados.

Com o presente cenário em mente, o projeto dedicou-se a desenvolver uma abordagem remota, com conteúdo audiovisual e linguagem voltados para o público jovem, a saber: alunos do ensino médio de escolas da rede pública estadual em Pelotas para desenvolver o hábito da leitura crítica da mídia digital. Entende-se que uma intervenção pedagógica em educação midiática pode oferecer uma estratégia atenuante ao fenômeno, em um primeiro momento, capacitando jovens também a aplicar uma leitura crítica dos conteúdos a que são expostos nas mídias sociais e a realização de alguns procedimentos de verificação.

## 2. METODOLOGIA

Para definir o formato do curso elaborou-se um questionário para identificar padrões de consumo como a presença dos alunos nas diferentes redes sociais, uso de internet em casa de banda larga, dados móveis ou pacotes promocionais. Baseado nas respostas dos alunos identificou-se a possibilidade de utilizar a plataforma remota de ensino utilizada pela rede pública, o Google Sala de Aula, em combinação com o perfil do Instagram @veri.fato como repositório dos vídeos.

Os vídeos seguiam orientação de posição vertical para o Instagram com duração de até 1 minuto, legendados e com descrição acessível. A escolha do limite temporal é devido ao fato de que vídeos com duração superior são classificados pela plataforma pelo recurso IGTV e passam a consumir mais banda dos visualizadores. Este formato foi adotado pensando nos diferentes recortes sociais dos alunos e no menor consumo de banda.

O curso é apresentado pela coordenadora do projeto e mais três monitores, é acessado de forma assíncrona em um período acordado com a coordenação das escolas parceiras. Após esse período determinado, um certificado com 10 horas de duração será emitido para os alunos que concluírem o curso.

Dividido em 5 tópicos, sendo o primeiro uma apresentação do curso e o último um questionário para a avaliação do curso, os outros três consistem no conteúdo propriamente dito dividido em 3 aulas. A primeira apresenta os conceitos e diferenças entre Desinformação, Fake News, Discurso de ódio e Fact-Checking, e propõe um fórum de debate sobre uma peça de desinformação para estimular os alunos a relatarem as emoções sentidas na exposição e as reações possíveis (compartilhar ou não compartilhar). Para auxiliar os alunos,

<sup>3</sup> Disponível em:  
<https://www.dw.com/pt-br/brasil-teve-recorde-de-ataques-%C3%A0-imprensa-em-2020-diz-relat%C3%B3rio/a-56354093>. Acesso em: 25/07/2021.

<sup>4</sup> Disponível em: <https://enoisconteudo.com.br/wp-content/uploads/2020/10/pesquisa-reload.pdf>. Acesso em: 25/07/2021.



material complementar de apoio sobre os temas, desenvolvido por agências de fact-checking foram disponibilizados para leitura. A segunda aula introduz ferramentas de busca reversa por imagem (Google Imagens, Bing Imagens e TinEye) e apresenta tutoriais de como realizar os procedimentos. Também apresenta-se vídeos sobre tecnologias de manipulação de imagens, como o Deep Fake, para conscientizar os alunos da importância de consumir vídeos de fontes com credibilidade, ainda que outros recebidos em canais como aplicativos de mensagem por exemplo, apresentem forte verossimilhança com pessoas públicas reais. É nessa etapa também que apresentamos a ferramenta de análise textual, Fake Check. Ao fim deste tópico os alunos respondem a uma atividade de checagem de uma imagem em um determinado contexto e a um quiz com 5 imagens enunciadas em diferentes contextos “verdadeiro ou falso”.

Por fim, na terceira aula, os alunos são apresentados a tutoriais dos procedimentos de denúncia nas plataformas Facebook, Instagram, YouTube e Twitter. Em seguida, em uma última atividade é solicitado que os alunos leiam um texto de uma página desinformativa e relatem o que fariam caso encontrassem o texto, em uma das plataformas citadas, enquadrado de forma verdadeira.

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O projeto encontra-se em fase de aplicação nos institutos Assis Brasil e Augusto Simões Lopes para um total de 53 alunos (respectivamente 33 e 20). Para engajar os estudantes de perfil mais jovem que no projeto anterior, voltado para os alunos da educação superior, adaptou-se a linguagem do curso para abraçar um vocabulário comum aos discentes. Em cada tópico de conteúdo do curso houve menção a memes conhecidos da cultura pop digital e a presença de um HQ produzido pela agência Aos Fatos no material de apoio no tópico 1.

Seguindo a proposta de adaptar o curso para um vocabulário mais próximo dos alunos foi possível incluir a reprodução de um lyric vídeo em ritmo de brega funk sobre desinformação e a importância de não compartilhá-la. As referências a memes utilizadas foram apropriadas e introduzidas ao longo do texto servindo também como uma construção de sentido, por exemplo, no tópico 2, o aluno que tiver terminado o tópico antecessor e por conseguinte, ter sido apresentado aos conceitos de desinformação, fake news, fact-checking e discurso de ódio, é saudado com a referência “ora ora, temos um xeroque rolmes!”, aludindo ao progresso com o conteúdo. Posteriormente, ao final, para anunciar a atividade de conclusão do tópico retomamos com “agora que vocês viraram verdadeiros detetives da internet podem responder ao mistério da atividade e ao quiz para avançarem ao próximo tópico”.

O projeto segue em fase inicial, até o final de 2021 será aplicado em seis escolas e, em 2022, serão mais seis. Adaptações no conteúdo são esperadas à medida que mais resultados quantitativos possam ser identificados com a conclusão do curso pelos alunos e através das suas respostas aos questionários. A dificuldade em apresentar tais dados no momento também se faz presente por fatores externos ao projeto uma vez que para também promover autonomia às escolas o curso é inserido como parte do conteúdo de disciplinas pré-definidas pelas instituições, o que implica que a visualização do curso acaba condicionada aos dias de aula da disciplina que recebe o curso.

### 4. CONCLUSÕES



O presente projeto enquadra a educação midiática (BAUER, 2011; SOARES, 2014) como uma potente possibilidade de enfrentamento ao fenômeno da desinformação, uma vez que esta ocorre de forma latente em diversos recortes da sociedade. A importância da iniciativa se justifica quando boa parte do acesso à internet no país acontece de forma desigual e agravado pela pandemia. A possibilidade de discutir conceitos distantes dos observados nos currículos escolares e tão caros à contemporaneidade ainda na educação básica é tomado como algo lento e custoso no senso comum, mas que há intervenções possíveis ainda que limitadas.

Este projeto apresentou uma proposta de intervenção que busca trabalhar com adolescentes, jovens estudantes, oferecendo um enquadramento crítico da desinformação, ferramentas para verificação e alternativas de dieta midiática que enxerguem a desinformação da mesma forma, tudo isso em uma linguagem orientada para o público participante.

Por fim, o projeto também empenhou-se em mostrar que iniciativas de educação midiática na educação básica são alternativas possíveis no enfrentamento do fenômeno da desinformação, apesar de reconhecer a conduta contrária de representantes do poder público e muitas vezes contraditórias de veículos de jornalismo tradicional. Mais resultados para todas as escolas serão apresentados em etapa final do projeto.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUER, Thomas. **O valor público da Media Literacy**. Líbero, São Paulo: v.14, n.27, p.9-22, jun. 2011.

FERRACIOLI, Paulo. Jornalismo de checagem e transparência no Brasil: a utilização de modalidades de transparência pela Agência Lupa. In: **Seminário de Pesquisa em Jornalismo Investigativo**, 7., 2020, São Paulo. Anais... São Paulo: ABRAJI, 2020. Disponível em: <https://www.abraji.org.br/publicacoes/jornalismo-de-checagem-e-transparencia-no-brasil-a-utilizacao-de-modalidades-de-transparencia-pela-agencia-lupa> Acesso em: 20 jul. 2021.

SEIBT, Taís; FONSECA, Virgínia S. **Transparência do Princípio normativo do jornalismo: a prática de fact-checking no Brasil**. Comunicação Pública (Online), V. 14, N. 27. 13 dez 2019. Disponível em: <https://journals.openedition.org/cp/4806>. Acesso em: 20 jul. 2021.

SOARES, Ismar. **Educomunicação e Educação Midiática: vertentes históricas de aproximação entre Comunicação e Educação**. Comunicação & Educação, Ano XIX, n.2. jul/dez 2014.

WARDLE, Claire. **Understanding Information Disorder**. [S.I]: First Draft, 2020. (First Draft's Essential Guides). Disponível em: <https://firstdraftnews.org/long-form-article/first-drafts-essential-guide-to/>. Acesso em: 21 jul. 2021.