



INOVA EDUCAÇÃO



Eletivas



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO

Secretaria de Estado da Educação

Governador
João Doria

Vice-Governador
Rodrigo Garcia

Secretário da Educação
Rossieli Soares da Silva

Secretária Executiva
Renilda Peres de Lima

Chefe de Gabinete
Henrique Cunha Pimentel Filho

Coordenador da Coordenadoria Pedagógica
Caetano Pansani Siqueira

Presidente da Fundação para o Desenvolvimento da Educação
Nourival Pantano Junior

Plano da Eletiva	
Título	Educação midiática - O mundo conectado
Professor	
Série/Ano	6º e 7º anos – Ensino Fundamental Anos Finais
Ementa	
<p>O excesso de informações é um desafio para o nosso senso crítico. Como diferenciar fatos de opiniões? Como produzir e compartilhar mensagens com responsabilidade? Como compreender o papel da imprensa e do jornalismo para a sociedade?</p> <p>A cada minuto na <i>internet</i>, 55 mil fotos são publicadas no Instagram; 188 milhões de <i>e-mails</i> são enviados; 510 mil <i>tweets</i> são disparados; 3,8 milhões de buscas são feitas no Google; 4,5 milhões de vídeos são assistidos no YouTube. (Fonte: statista.com / internetlivestats.com)</p> <p>Talvez, por isso, você já tenha se sentido perdido nesse mar de informações, e não é para menos! Então, o que fazer para se sair bem num mundo hiperconectado?</p> <p>Educação midiática é a senha para transformar o consumidor de informação em leitor crítico, capaz de descobrir os objetivos e interesses por trás dos conteúdos que circulam na <i>internet</i>, nas redes sociais, na TV, no rádio, nos jornais, nas revistas ou em qualquer outro meio -- impresso ou digital.</p> <p>Nesta Eletiva, você vai entender como se organiza o mundo da comunicação, os mecanismos de produção e circulação das informações - do jornalismo profissional aos novos formatos possibilitados pela <i>internet</i>.</p> <p>Vai aprender sobre as melhores estratégias para se defender de notícias falsas que circulam nas diferentes mídias, bem como a importância de participar da sociedade, não só como leitor, mas também como produtor de conteúdos, de forma ética e cidadã, para promover a boa convivência e a aceitação ao diferente.</p> <p>Você vai obter estratégias sobre como diferenciar fatos de opiniões; informação de desinformação; dados de suposições e ficará preparado para se comunicar com credibilidade, responsabilidade e impacto nos mais diversos meios.</p> <p>Isso porque hoje em dia não basta saber ler e escrever, tem que saber interpretar todas as linguagens, em todas as mídias, para ser um cidadão antenado e atuante na sociedade em que vivemos.</p>	
Justificativa	
<p>A escola sempre foi competente para ensinar a ler e escrever textos escritos, predominantemente, presentes nos livros didáticos e literários. No contexto das tecnologias digitais e das mídias sociais é urgente que o currículo inclua outras linguagens e amplie o escopo das habilidades e competências necessárias para a leitura de um mundo cada vez mais complexo e exigente, de modo a contribuir na formação dos(as) estudantes para uma atuação cidadã e responsável.</p>	

Esta Eletiva articula conteúdos, saberes e experiências que favorecem o multiletramento, isto é, a apropriação e a produção reflexiva de conteúdos nas diversas plataformas comunicacionais, em suas múltiplas linguagens.

Saber ler, escrever e compartilhar informações relevantes de modo crítico e responsável são princípios da educação midiática.

Na qualidade de Eletiva e de tema transversal, a educação midiática pode ser entendida como a habilidade de ler e produzir conteúdos de forma crítica, participando ativamente do mundo conectado em que vivemos. Essa necessidade não é nova, mas ganha cada vez mais urgência à medida que saber selecionar, questionar, checar e dar sentido ao grande fluxo de informação é um exercício diário, além de um importante fator de inclusão social.

Objetivos

Gerais:

- Contribuir para a implementação do Currículo Paulista nas escolas, alinhando princípios, conteúdos e práticas pedagógicas;
- Articular os Eixos I e III do Currículo Paulista, respectivamente, linguagens e códigos e grandes temas da educação, propiciando a integração e ampliação desses temas;
- Favorecer a participação cidadã do jovem estudante, considerando todos os espaços de comunicação, inclusive as redes sociais;
- Transformar a relação do jovem com o conhecimento por meio da apropriação crítica dos procedimentos de leitura e escrita que compõem a educação midiática: pesquisar, analisar, compreender, aplicar e criar, de modo crítico e responsável.

Específicos:

- Saber identificar o que é informação, fato e notícia, aprendendo os procedimentos jornalísticos de produção da notícia;
- Oferecer um conjunto de conteúdos estratégicos para a formação reflexiva do leitor e escritor na sociedade conectada, capacitando-o para checar as informações, notícias e conteúdos que lê, escreve e compartilha;
- Favorecer a apropriação dos elementos que compõem as diferentes linguagens das mídias;
- Compreender as motivações que levam as pessoas a publicar e interagir nas mídias sociais;
- Saber ler e se expressar em múltiplas linguagens para compartilhar conteúdos com responsabilidade e criticidade;
- Contribuir para a produção de uma relação de fontes confiáveis (curadoria) para pesquisa de informações e notícias;

- Empreender uma mudança no comportamento leitor, escritor e produtor dos jovens;
- Realizar pesquisas;
- Conhecer novas profissões;
- Conhecer as funções e o papel social de cada uma delas;
- Compreender como a mídia aborda o tema referente às novas profissões;
- Compartilhar informações.

Habilidades/Área de Conhecimento

A educação midiática se articula com bastante propriedade às Competências Gerais da Base Nacional Comum Curricular (BNCC) e habilidades do Currículo Paulista.

Acreditamos que a Eletiva poderá colaborar no desenvolvimento das seguintes competências e habilidades:

- **Conhecimento** – entender e intervir positivamente na sociedade;
- **Pensamento científico, crítico e criativo** – investigar causas, elaborar e testar hipóteses, formular e resolver problemas e propor soluções;
- **Comunicação** – expressar-se, partilhar informações, experiências, ideias e sentimentos em diferentes contextos e produzir sentidos que levem ao entendimento mútuo;
- **Argumentação** – formular, negociar e defender ideias, pontos de vista e decisões comuns que respeitem e promovam os direitos humanos com posicionamento ético no cuidado consigo, com os outros e com o planeta;
- **Cultura Digital (Fluência e Cidadania Digital)** – comunicar-se, acessar e disseminar informações, produzir conhecimentos e resolver problemas;
- **Autogestão (Autoconhecimento/ Autoexpressão/ Projeto de vida)** – fazer escolhas em relação ao seu futuro com liberdade, autonomia, consciência crítica e responsabilidade.

Eixo de Habilidades do EducaMídia:

- Ler criticamente;
- Escrever com responsabilidade;
- Participar ativamente.

Eixo de Habilidades da Eletiva:

- Ter iniciativa;
- Trabalhar colaborativamente;
- Ter foco;
- Selecionar;
- Classificar;

- Organizar;
- Registrar.

HABILIDADES DA BNCC/CURRÍCULO PAULISTA

EF06LP01A - Identificar diferentes graus de (im)parcialidade advindos de escolhas linguístico-discursiva feitas pelo autor.

EF06LP01B - Desenvolver atitude crítica frente aos textos jornalísticos.

EF06LP01C - Analisar de forma consciente as escolhas feitas enquanto produtor de textos.

EF67LP01A - Analisar a estrutura e funcionamento dos hiperlinks em textos noticiosos publicados na Web.

EF67LP01B - Produzir textos noticiosos possibilitando a escrita hipertextual.

EF67LP03 - Comparar informações sobre um mesmo fato divulgadas em diferentes veículos e mídias, analisando e avaliando a confiabilidade

EF67LP04 - Comparar informações sobre um mesmo fato divulgadas em diferentes veículos e mídias, analisando e avaliando a confiabilidade

EF67LP06 - Identificar os efeitos de sentido provocados pela seleção lexical, topicalização de elementos e seleção e hierarquização de informações, uso de 3ª pessoa, em diferentes gêneros.

EF67LP07A - Identificar o uso de recursos persuasivos (título, escolhas lexicais, construções metafóricas, explicitação ou ocultação de fontes de informação, entre outros) em textos argumentativos.

EF67LP07B - Analisar efeitos de sentido no uso de recursos persuasivos (título, escolhas lexicais, construções metafóricas, explicitação ou ocultação de fontes de informação, entre outros) em textos argumentativos.

EF67LP09 - Planejar notícia impressa e para circulação em outras mídias (rádio ou TV/vídeo), tendo em vista as condições de produção, do texto – objetivo, leitores/espectadores, veículos e mídia de circulação etc. –, a partir da escolha do fato a ser noticiado, do levantamento de dados e informações sobre o fato.

EF67LP10A - Produzir notícia impressa e para TV, rádio e internet tendo em vista características do gênero, o estabelecimento adequado de coesão, os recursos de mídias disponíveis.

EF67LP10B - Utilizar recursos de captação e edição de áudio e imagem (câmera, filmadora, celular, notebook, tablet, desktop), na produção de notícias.

EF67LP11 - Planejar resenhas, vlogs, vídeos e podcasts variados, textos e vídeos de apresentação e apreciação próprios das culturas juvenis tendo em vista as condições de produção do texto – objetivo, leitores/espectadores, veículos e mídia de circulação, entre outros.

EF67LP12 - Produzir resenhas críticas, vlogs, vídeos, podcasts variados e produções e gêneros próprios das culturas juvenis (fanzines, fanclipes, e-zines, gameplay, detonado, entre outros) que

apresentem/descrevam e/ou avaliem produções culturais, tendo em vista o contexto de produção dado, as características do gênero, os recursos das mídias envolvidas e a textualização adequada dos textos e/ou produções.

EF69LP01A - Diferenciar liberdade de expressão de discursos de ódio.

EF69LP01B - Posicionar-se contrariamente a discursos de ódio.

EF69LP01C - Identificar possibilidades e meios de denúncia.

EF69LP06 - Produzir notícias, fotodenúncias, fotorreportagens, reportagens, infográficos, podcasts noticiosos, entrevistas, cartas de leitor, comentários, artigos de opinião de interesse local ou global, textos de apresentação e apreciação de produção cultural (resenhas e outros gêneros textuais próprios das formas de expressão das culturas juvenis, em várias mídias)

EF69LP07A - Utilizar estratégias de planejamento, elaboração, revisão, edição, reescrita/redesign e avaliação de textos.

EF69LP07B - Produzir textos em diferentes gêneros, considerando sua adequação ao contexto de produção e circulação.

EF69LP08 - Revisar/editar o texto produzido, tendo em vista sua adequação ao contexto de produção, a mídia em questão, características do gênero, aspectos relativos à textualidade, a relação entre as diferentes semioses, a formatação e uso adequado das ferramentas de edição (de texto, foto, áudio e vídeo, dependendo do caso) e adequação à norma culta

EF69LP10 - Produzir notícias para rádios, TV ou vídeos, podcasts noticiosos e de opinião, entrevistas, comentários, vlogs, jornais radiofônicos e televisivos, dentre outros possíveis, relativos a fato e temas de interesse pessoal, local ou global e textos orais de apreciação e opinião, orientando-se por roteiro e contexto de produção.

EF69LP13 - Buscar conclusões comuns relativas a problemas, temas ou questões polêmicas de interesse da turma e/ou de relevância social.

EF69LP14 - Analisar tema/questão polêmica, explicações e ou argumentos em textos de relevância social.

EF69LP16A - Analisar as formas de composição dos gêneros textuais do campo jornalístico.

EF69LP16B Utilizar as formas de composição dos gêneros textuais do campo jornalístico.

EF69LP17 - Identificar recursos estilísticos e semióticos presentes em textos jornalísticos e publicitários.

EF67LP23A - Respeitar os turnos de fala, na participação em conversações e em discussões ou atividades coletivas.

EF67LP23B - Formular perguntas coerentes e adequadas em momentos oportunos em situações de aula, apresentação oral, seminário etc.

EF69LP29 - Refletir sobre a relação entre os contextos de produção dos gêneros de divulgação científica (reportagem de divulgação científica, verbete de enciclopédia, esquema, infográfico, relatório, relato multimidiático de campo, entre outros) e os aspectos relativos à construção

composicional e às marcas linguística características desses gêneros, de forma a ampliar suas possibilidades de compreensão (e produção) de textos pertencentes a esses gêneros.

EF69LP30 - Comparar, com a ajuda do professor, conteúdos, dados e informações de diferentes fontes, levando em conta seus contextos de produção e referências, identificando coincidências, complementaridades e contradições, de forma a poder identificar erros/imprecisões conceituais, compreender e posicionar-se criticamente sobre os conteúdos e informações em questão

EF69LP32 - Selecionar informações e dados relevantes de fontes diversas (impressas, digitais, orais etc.), avaliando a qualidade e a utilidade dessas fontes, e organizar, esquematicamente, com ajuda do professor, as informações necessárias (sem excedê-las) com ou sem apoio de ferramentas digitais, em quadros, tabelas ou gráficos.

EF69LP38 - Organizar os dados e informações pesquisados em painéis ou slides de apresentação, levando em conta o contexto de produção, o tempo disponível, as características do gênero apresentação oral, a multissemiose, as mídias e tecnologias que serão utilizadas.

EF69LP39 - Planejar o recorte temático da entrevista a partir do levantamento de informações sobre o entrevistado, elaboração de roteiro de perguntas, realização da entrevista, usando adequadamente as informações obtidas, de acordo com os objetivos estabelecidos.

EF07LP01 - Distinguir diferentes propostas editoriais de forma a identificar os recursos utilizados para impactar/chocar o leitor, que podem comprometer uma análise crítica da notícia e do fato noticiado.

Eixos temáticos – Indicar quais dos seguintes eixos serão trabalhados na Eletiva

Cultura digital

Mediação e intervenção sociocultural/Temas transversais

Conteúdo programático/Objetos de Conhecimento

Considerando, em média, 32 aulas no semestre letivo, organizaremos os conteúdos em blocos temáticos assim distribuídos:

BLOCO 01: Novas lentes para ler o mundo (8 aulas)

Exemplo de temas a serem abordados: o que é educação midiática, como fazer análise crítica da mídia, perguntas essenciais para criar e analisar mídias, *fake news*;

BLOCO 02: Perguntar é preciso (8 aulas)

Exemplo de temas a serem abordados: impacto da desinformação, escrita responsável;

BLOCO 03: Autoexpressão: criar para aprender (8 aulas)

Exemplo de temas a serem abordados: criação e apresentação de conteúdos em formatos diversos, personalização e algoritmos, como fazer pesquisas, busca reversa, curadoria e organização da informação.

Objetos de Conhecimento(sugestões):

- Levantamento de hipóteses;
- Análise crítica de mídia;
- Letramento da informação.

Metodologia

Tendo em vista a formação de leitores críticos e de cidadãos atuantes e responsáveis, é fundamental que se trabalhe a partir de situações-problema baseadas nas próprias experiências e vivências dos estudantes, de modo que eles se sintam não só parte do problema, mas elemento fundamental da solução.

Nesse sentido, cada aula deverá cumprir um roteiro de atividades, estratégias e avaliação, considerando o bloco abordado; o processo de formação do estudante leitor/produtor crítico de conteúdos; os procedimentos necessários para atingir o objetivo destacado em cada bloco e o desenvolvimento de comportamentos esperados e desejáveis para leitura e escrita nas linguagens das diferentes mídias.

Recursos didáticos

- Computadores conectados à *internet* para que as diferentes mídias e suas linguagens possam ser acessadas e trabalhadas pelo grupo. Se não houver computadores na escola, o professor poderá trabalhar com celulares ou *tablets*. Ou ainda, acessar esses dispositivos na sala de leitura ou em alguma instituição próxima à escola, que possa ser parceira durante a realização dessa atividade;
- Jornais e revistas impressos que possam ser manuseados e recortados;
- Materiais escolares de uso comum (papel, lápis, borracha, cola, tesoura, barbantes etc.);
- 1 bloco ou caderno, para cada estudante, para ser utilizado como diário de anotações (Diário de Bordo).

Culminância

A Culminância é entendida aqui como a etapa síntese do processo de trabalho desenvolvido ao longo do semestre na Eletiva apresentada.

Nesse sentido, espera-se que os(as) estudantes, depois de LEREM e ESCRIVEREM possam PARTICIPAR, por meio da comunicação e do compartilhamento de sua experiência e aprendizado sobre a função social da educação midiática, sendo capazes de se expressarem, com domínio e responsabilidade, em diferentes mídias.

Competirá a cada grupo a escolha da mídia ou mídias que deverão ser o canal e a linguagem de comunicação do produto a ser finalizado, muito embora haja sugestão para cada um dos grupos. “O compartilhamento de informações, o falar de si, o desejo de visibilidade e a disponibilidade de sons, imagens e vídeos, dentre outras razões, propiciam novos usos da escrita nas quais, muitas vezes a imagem passa a ter função central na construção de sentidos”.¹

Avaliação

Ao propor atividades e projetos que requerem habilidades próprias da educação midiática, como pesquisa, análise de confiabilidade ou criação de mídias, as rubricas de avaliação são um bom caminho para ver o progresso dos(as) estudantes.

As rubricas são ferramentas que permitem ao professor transmitir de maneira clara suas expectativas, e aos(às) estudantes visualizar com que objetivos devem trabalhar. Como as rubricas também facilitam a autoavaliação, alguns pesquisadores apontam que os(as) estudantes se sentem mais encorajados em seu processo de aprendizagem.

O formato e o conteúdo da rubrica variam de acordo com o tipo de trabalho que será avaliado, mas alguns componentes não podem faltar:

- Descrição detalhada da tarefa ou os objetivos da aprendizagem;
- Os aspectos da tarefa que serão avaliados;
- Uma escala para descrever os diferentes níveis de desempenho possíveis;
- Descrição de cada um desses níveis.

Com esses elementos, outra vantagem da rubrica é oferecer consistência e coerência à avaliação, pois de outra maneira, ela poderia ser muito subjetiva.

Sugerimos que você envolva os(as) estudantes na criação das rubricas ou convide-os(as) a refletir coletivamente sobre determinada rubrica antes de partirem para a execução da tarefa. E lembre-se de que, ao elaborar uma rubrica, prefira a maneira mais simples e clara de apresentar aos(às) estudantes o que será avaliado e quais serão as escalas ou níveis de desempenho consideradas.

O exemplo a seguir é parte de uma rubrica construída para avaliação de um projeto de criação de mídias, e pode servir de inspiração para você criar a que mais faz sentido em seu contexto.

¹ GOMES, Romeu. Análise e interpretação de dados de pesquisa qualitativa. In: MINAYO, Maria Cecília de Souza. (Org.) et al. Pesquisa Social: teoria, método e criatividade. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013. p. 79-108.

RUBRICA	INSUFICIENTE	BÁSICO	INTERMEDIÁRIO	AVANÇADO
Pesquisa – Fontes Busca, análise de confiabilidade e seleção das fontes de informação mais adequadas ao projeto.	Incluiu mais opiniões do que fatos. Não apresentou evidências para validar as informações apresentadas ou selecionou informações de fontes não confiáveis.	Incluiu um mix de fatos e opiniões respaldados em fontes confiáveis com informações e opiniões extraídas de fontes não confiáveis.	Incluiu fatos, conclusões e opiniões com base em fontes confiáveis, deixando clara a origem da informação...	Incluiu fatos e conclusões extraídos de fontes confiáveis, deixando claras não só a origem da informação como as evidências de que se trata de conteúdo confiável. Incluiu opiniões de especialistas reconhecidos.
Mídia – Apresentação Aderência ao tema e eficácia da mídia escolhida para o projeto.	A mídia escolhida não tem o formato adequado ao tema do projeto ou não é apropriada ao público-alvo.	A mídia escolhida tem relevância, mas não apoia o conteúdo do projeto da melhor forma possível, ou seja, não é a melhor escolha.	A mídia escolhida tem relevância e apoia o conteúdo do projeto.	A mídia escolhida tem alta relevância e aderência ao tema e claramente apoia o conteúdo do projeto, valorizando e destacando os resultados obtidos pelo aluno.

Cronograma semestral

Aula 1	Sociedade conectada, eu também quero participar Objetivo: - Mobilizar no(a) estudante o interesse pela educação midiática.
Aula 2	Por que em 19 de agosto de 2019 o dia virou noite na cidade de São Paulo? Objetivo: - Apresentar e explorar critérios para a leitura crítica de textos de mídia.
Aula 3	Por que em 19 de agosto de 2019 o dia virou noite na cidade de São Paulo? Objetivos: - Promover a análise de textos midiáticos a partir de critérios; - Orientar na formulação de perguntas pertinentes.
Aula 4	Por que em 19 de agosto de 2019 o dia virou noite na cidade de São Paulo? Objetivos: - Facilitar o reconhecimento de uma notícia falsa; - Promover a reflexão sobre os impactos sociais, políticos e econômicos causados pela circulação desse tipo de informação.

Aula 5	Por que em 19 de agosto de 2019 o dia virou noite na cidade de São Paulo? Objetivo: - Planejar a escrita de um texto midiático que responda à pergunta.
Aula 6	Por que em 19 de agosto de 2019 o dia virou noite na cidade de São Paulo? Objetivo: - Produzir texto midiático - 1ª versão.
Aula 7	Por que em 19 de agosto de 2019 o dia virou noite na cidade de São Paulo? Objetivo: - Revisar e finalizar a produção textual.
Aula 8	Por que em 19 de agosto de 2019 o dia virou noite na cidade de São Paulo? Objetivo: - Viabilizar e orientar os(as) estudantes nas apresentações.
Aula 9	A Amazônia é mesmo o pulmão do mundo? Objetivos: - Explorar os conhecimentos iniciais dos(as) estudantes; - Guiar a pesquisa de textos midiáticos.
Aula 10	A Amazônia é mesmo o pulmão do mundo? Objetivos: - Orientar pesquisa de textos midiáticos; - Orientar a análise de fontes e informações a partir de critérios estudados.
Aula 11	A Amazônia é mesmo o pulmão do mundo? Objetivos: - Facilitar a organização das informações; - Promover a comparação entre os conhecimentos prévios dos estudantes e as informações adquiridas, a fim de estimular a reflexão.
Aula 12	A Amazônia é mesmo o pulmão do mundo? Objetivo: - Discutir o que há por trás das <i>fake news</i> sobre meio ambiente e suas consequências.
Aula 13	Entre a informação e a informação falsa: por que é tão fácil ser enganado? Objetivo: - Organizar e aplicar os conhecimentos acumulados.
Aula 14	A Amazônia não é o pulmão do mundo. mas ela é...

	Objetivo: - Promover e apoiar a escrita de texto midiático - 1ª versão.
Aula 15	A Amazônia não é o pulmão do mundo. mas ela é... Objetivo: - Facilitar a revisão e finalização das produções de texto midiático.
Aula 16	A Amazônia não é o pulmão do mundo. mas ela é... Objetivo: - Orientar as apresentações.
Aula 17	O que realmente vem sendo destruído na Amazônia? Objetivos: - Explorar os conhecimentos iniciais dos(as) estudantes; - Guiar a pesquisa de textos midiáticos.
Aula 18	O que realmente vem sendo destruído na Amazônia? Qual a importância da Amazônia para o mundo? Objetivo: - Acompanhar a realização de pesquisas de textos midiáticos, observando se os(as) estudantes colocam em prática as aprendizagens realizadas.
Aula 19	O que realmente vem sendo destruído na Amazônia? Objetivos: - Facilitar a organização das informações; - Promover a comparação entre os conhecimentos prévios dos(as) estudantes e as informações adquiridas, a fim de estimular a reflexão.
Aula 20	O que realmente vem sendo destruído na Amazônia? Objetivo: - Chamar atenção dos(as) estudantes de forma consistente para a importância do tema na sociedade, da criação de mídias para defesa de uma causa e participação cidadã.
Aula 21	O que realmente vem sendo destruído na Amazônia? Objetivo: - Promover e apoiar a produção de um vídeo.
Aula 22	O que realmente vem sendo destruído na Amazônia? Objetivo: - Promover e apoiar a produção de um vídeo – Continuação.

Aula 23	O que realmente vem sendo destruído na Amazônia? Objetivo: - Apoiar a edição de um vídeo.
Aula 24	O que realmente vem sendo destruído na Amazônia? Objetivos: - Auxiliar na finalização dos arquivos de vídeo; - Organizar uma sessão para compartilhar as produções e distribuir por meio de canais eletrônicos ligados ao meio ambiente e redes sociais da escola.
Aula 25	Meio ambiente em perigo. Objetivo: - Guiar os(as) estudantes na retomada do percurso, destacando a importância do texto midiático na construção do conhecimento.
Aula 26	Meio ambiente em perigo. Objetivo: - Auxiliar os(as) estudantes a aprofundar a reflexão iniciada na aula anterior.
Aula 27	Meio ambiente em perigo. Objetivo: - Auxiliar os(as) estudantes na retomada das produções já feitas, a partir dos textos apresentados sobre reflorestamento e agrofloresta.
Aula 28	Meio ambiente em perigo. Objetivo: - Mobilizar os(as) estudantes no planejamento de uma campanha de conscientização.
Aula 29	Meio ambiente em perigo. Objetivo: - Viabilizar a criação de uma imagem para a campanha.
Aula 30	Meio ambiente em perigo. Objetivo: - Mobilizar os(as) estudantes para a criação de um texto de apresentação do trabalho.
Aula 31	Meio ambiente em perigo. Objetivo: - Planejar coletivamente a divulgação da campanha, considerando as referências consultadas durante todo o processo.

Aula 32

Meio ambiente em perigo.

Objetivos:

- Auxiliar na divulgação da campanha para os diferentes públicos já elencados pelos(as) estudantes;
- Analisar os registros do Diário de Bordo;
- Ouvir sobre a percepção dos(as) estudantes em relação ao trabalho realizado na Eletiva.

Aula 1 - Sociedade conectada, eu também quero participar

Objetivos:

- Mobilizar no(a) estudante o interesse pela educação midiática.
- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo; equipamentos para acesso à internet– individuais, em duplas, grupos ou coletivos; cronograma da Eletiva.
- **Atividades:** Refletir, discutir, entender cronograma da Eletiva.
- **Referências/recursos para o(a) professor(a):**
 - **Livro:** Guia da Educação Midiática, disponível para *download* em www.educamidia.org.br/guia
- **Referências/recursos para os(as)estudantes:**
 - **Vídeo:** [Educação Midiática no dia a dia: O universo da informação](#)

ATIVAÇÃO:

Essa Eletiva começa com uma discussão essencial para entendermos o mundo hoje: as **mudanças drásticas e bastante rápidas** que as tecnologias digitais causaram (e continuam causando) na forma como nos **informamos e nos comunicamos**.

Nem sempre as **informações foram tão abundantes e acessíveis**. Lembre-os(as) que o contexto em que seus pais e avós cresceram era tão diferente que, dependendo da idade deles, talvez só tivessem como opções revistas, jornais, alguns canais de televisão, rádio e livros, num cenário em que poucos falavam para muitos: algumas empresas de comunicação e editoras definiam o que cobrir, produzir, publicar e distribuir. O que será que mudou tanto? Este é o tema desta e da próxima aula, e o primeiro passo para entendermos o que é a educação midiática e por que ela importa.

Estimule os(as) estudantes a começar a refletir sobre a mudança de uma era de escassez de informação para uma Era de Abundância, na qual qualquer um pode criar e publicar conteúdo. É importante que percebam que cabe a cada um de nós avaliar a qualidade e veracidade das informações que consumimos e produzimos. Sim, lidar e enfrentar a desinformação é um problema do nosso tempo. É um desafio para todos num mundo em que muitos falam para muitos!

Pergunte aos(as) estudantes o significado do termo *fake*. É muito provável que eles(as) saibam que *fake* em inglês significa falso e que conheçam o fenômeno das inúmeras notícias falsas que circulam por toda parte e que ficaram conhecidas por *fake news*. Explique que a primeira discussão da Eletiva tem a ver justamente com a qualidade da informação e por que é importante saber identificar informações falsas e avaliar a credibilidade das informações. Estimule-os(as) a falar sobre casos que já tenham ouvido em casa ou com amigos envolvendo *fake news* e então apresente alguns exemplos de mensagens falsas. Explique que é nas redes sociais que em geral as pessoas compartilham essas mensagens para criar e disseminar falsidades, de forma intencional ou não. Selecione duas ou três mensagens já desmentidas (os *sites* de checagem Lupa, Fato ou Fake, Aos fatos, E-farsas ou ainda Boatos.org são uma boa fonte para isso) ou use os exemplos a seguir para fazê-los(as) refletir sobre os impactos que as notícias falsas podem ter.

- *Fake news* sobre saúde:



Áudio falso sobre medicação para Covid 19 desmentido pelo Ministério da Saúde.

- *Fake news* sobre política:

WTOE 5 NEWS
YOUR LOCAL NEWS NOW



Notícia falsa sobre apoio do Papa Francisco a Donald Trump na campanha eleitoral americana.

Depois de apresentar as mensagens, questione os(as) estudantes:

- Que impacto as *fake news* podem ter na vida das pessoas que as leem e que acreditam nelas? Será que uma informação falsa pode mudar comportamentos, julgamentos e crenças? Com base nos exemplos dados, quais são?
- Quem ganha com a divulgação dessas notícias? No mundo da informação será que só as *fake news* prejudicam o entendimento das pessoas?

Embora nem sempre tenham respostas certas e precisas, essas indagações são importantes para desenvolver nos(as) estudantes, desde muito cedo, o hábito de fazer perguntas.

Mostre à turma que apesar de serem conhecidas como *fake news*, o termo mais apropriado para se referir a esse tipo de mensagem em que falta contexto, o conteúdo é fabricado, falso, impreciso ou distorcido é desinformação. É importante lembrar que há também informações incorretas (em que não houve intenção de causar dano) e má informação, aquela usada justamente para isso. É importante aqui que comecem a ver as nuances de um universo em que não existe apenas o verdadeiro ou o falso.

O fato de que há uma quantidade enorme de desinformação circulando faz com que seja cada vez mais crítico sempre checar os dados para saber se podemos confiar na informação. Ou, como se diz na educação midiática, interrogar a informação, levantar perguntas, refletir sobre ela.

Deixe claro para a turma que o primeiro passo da leitura de qualquer mensagem que chega até nós, seja ela em texto, imagem ou áudio visual, é entender seu propósito.

Para isso inicie uma conversa coletiva sobre a importância da educação midiática partindo das seguintes perguntas:

- 1) Qual o PROPÓSITO DA MENSAGEM? O que essa informação quer: informar? convencer? entreter? vender? confundir?
- 2) COMO CONHECER O PROPÓSITO DA MENSAGEM? Pelo formato? Pelo tempo verbal? Pelo veículo? etc.

Embora as questões possam parecer complexas, quanto mais cedo os(as) estudantes começarem a pensar nelas, mais preparados estarão para lidar com a sociedade conectada.

Depois dessa etapa introdutória, peça que assistam ao vídeo [Educação Midiática no dia a dia: O universo da informação](#). Ele é um excelente recurso para estimular os(as) estudantes a começar a refletir sobre os tópicos abordados nesta Eletiva e entender o percurso nos próximos meses.

DESENVOLVIMENTO:

Dê voz aos(as) estudantes para que se manifestem sobre as *fake news* apresentadas e alimente a discussão com novos questionamentos que complementem as perguntas iniciais. Leve-os(as) a refletir sobre a rapidez com que as informações circulam e como chegam até nós o tempo todo, retomando tópicos abordados no vídeo.

Exploração: explore as opiniões, estimule-os(as) a justificá-las utilizando conhecimentos prévios sobre o assunto. Por meio de perguntas que promovam a reflexão sobre o impacto, a importância e a relevância de cada tópico, procure despertar a curiosidade e o interesse do grupo para embarcar na jornada investigativa que os levará a conhecer os mecanismos, valores e interesses que envolvem a divulgação e distribuição de informações por meio das diferentes mídias.

Explique que para tirarmos proveito da sociedade conectada em que vivemos e das informações que podemos consumir e criar facilmente, é cada vez mais importante aprendermos a lidar com o **universo da informação**. Para isso não basta só saber ler, escrever e ter acesso à *internet*: é preciso estar atento e refletir sobre todas as mensagens que consumimos e criamos. E é isso o que a educação midiática propõe. Explique que a educação midiática é o conjunto de habilidades para acessar, ler, analisar, criar e participar de maneira crítica do ambiente informacional e midiático em todos os seus formatos — dos impressos aos digitais. Ressalte que, cada vez mais, **saber produzir, interpretar e refletir sobre conteúdos que chegam diariamente pelas redes e pela internet é um aprendizado essencial para a vida, não importa a profissão que tiverem mais tarde**.

Construção coletiva: apresente o cronograma das aulas e suas proposições, crie combinados, aceite sugestões e conclua o planejamento.

FECHAMENTO:

Com o debate realizado será possível ver como o universo informacional de todos, crianças, jovens e adultos, é permeado por um fluxo constante de mensagens de mídia. Questione se não precisamos de novas habilidades para lidar com os novos contextos trazidos pela **abundância de informação**, para então apresentar a educação midiática como o caminho para **saber filtrar, ler criticamente e dar sentido ao enorme fluxo de informações que nos cerca, seja em imagens, vídeos, notícias, posts, games, embalagens, publicidade, memes, gráficos, mapas e muito mais**.

Ressalte que a educação midiática nos estimula a questionar as intenções implícitas em cada texto de mídia, separar o que é notícia e opinião, fatos e propaganda; reconhecer sátiras, mensagens falsas, inexatas ou tendenciosas. Enfim, é com ela que aprendemos a lidar com o universo informacional e evitar o risco e submergir em uma avalanche cotidiana de informações. A educação midiática está em tudo e **é para todos!**



Sobre o Diário de bordo:

No começo da aula:

Qual a tarefa da aula de hoje?

O que eu já sei sobre o tema ou a atividade do dia?

De onde veio a informação que eu tenho?

Para a execução da tarefa:

Onde vou pesquisar as informações necessárias para executar a tarefa de hoje?

Quais fontes vou pesquisar? Elas são confiáveis? Quais não são?

Que critérios usar para selecionar as fontes?

No final da aula:

O que aprendi hoje?

Quais foram as dificuldades que tive?

Quais fontes foram mais úteis e confiáveis?

Fiquei satisfeito(a) com a minha pesquisa? O que faltou ou o que eu gostaria de saber mais sobre esse assunto?

O que merece registro?

**Como sugestão, a cada etapa serão indicados alguns tipos de registros relacionados ao propósito da aula.*

Ao final, os(as) estudantes deverão ter registrados no seu DIÁRIO DE BORDO o processo de trabalho de cada um(a), a construção de uma lista de fontes seguras e confiáveis (livros, jornais, sites, blogs, páginas, pessoas confiáveis etc.) e anotações úteis sobre recursos técnicos e aplicativos interessantes que os(as) auxiliaram na pesquisa.

Aula 2 - Por que em 19 de agosto de 2019 o dia virou noite na cidade de São Paulo?

Objetivo:

- Apresentar e explorar critérios para a leitura crítica de textos de mídia.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*. Uma cópia das questões que guiam a exploração dos textos. Outros textos para desafiar grupos que realizarem exploração em textos simples e finalizarem o trabalho antes do tempo. (Esta é uma importante estratégia para trabalhar com grupos muito heterogêneos).
- **Atividades:** discutir, argumentar, análise de mídias, interrogar a informação.
- **Referências para o(a) professor(a):**
 - [Relatório de queimadas Inpe](#)
- **Referências para os(as) estudantes:**
 - **Vídeo:** [Educação Midiática no dia a dia: O universo da informação](#)

ATIVAÇÃO:

Busque na *internet* uma imagem do céu de São Paulo, no dia 19 de agosto de 2019 e pergunte se lembram o que aconteceu. O acontecimento foi bastante noticiado e você terá bastante material para escolher.

Explore os conhecimentos dos(as) estudantes sobre o assunto e registre as respostas na lousa. Pergunte se alguém tem ou conhece informações diferentes sobre o mesmo assunto. Qual? Explique que por causa da estranheza do fato (não é sempre que o dia vira noite), muitas notícias circularam na *internet*. Algumas traziam informações com base científica para explicar o fenômeno e outras mera opinião, baseadas no senso comum. Como afinal saber o que aconteceu?

DESENVOLVIMENTO:

Discussão: retome o conceito de educação midiática, utilizando como exemplo as informações que os(as) estudantes trouxeram sobre o fato questione: por que é importante acessar, ler, analisar, de maneira crítica as informações que recebemos? Entre as informações que vocês trouxeram há divergência? As informações apresentadas têm como base o senso comum, a informação científica, as crenças, as notícias que leu, ouviu, onde? Ressalte que é muito fácil receber uma informação e só ler o título e sequer checar se (e como) ela apareceu em outros *sites* ou portais. Tudo é muito rápido e muitas vezes as pessoas compartilham sem fazer nenhuma verificação, por mais estranho que seja o conteúdo da mensagem e sem nem mesmo refletir se a mensagem traz um fato ou a opinião de alguém. Depois de ouvir os(as) estudantes, convide-os(as) a uma experiência nesse sentido.

Exploração: apresente diferentes informações sobre o dia 19 de agosto de 2019. Quanto maior a variedade de gêneros, suportes e fontes, opiniões e argumentos, melhor, como por exemplo: vídeos em *sites* de meteorologia, notícias de jornal, reportagem de telejornal, *posts* no *Twitter*, texto de opinião, memes ou reportagem de revista. O [relatório de queimadas nos últimos 5 anos do Inpe](#) é um bom recurso para a discussão. Divida a turma em grupos, entregue um exemplo de publicação para cada grupo por meio de *link* (ou impresso, se houver necessidade) e proponha que analisem as informações, levantando perguntas sobre:

- Qual tipo de texto está sendo analisado?
- As publicações têm apenas texto ou incluem imagens, gráficos etc.?
- Qual o principal assunto?
- Quem é o autor e como ele desenvolve o tema? Explica com clareza?
- Cita fontes reconhecidas e confiáveis?
- O texto está baseado em fatos ou opiniões?
- Quem são os especialistas consultados? Há explicação clara? Qual o canal de informação? Qual a relevância dele? A publicação apresenta mais de uma versão sobre o fato, isto é, expõe outro ponto de vista como contraponto? Como você avaliaria a informação apresentada?
- Quais as informações consistentes e quais você considera frágeis?

Adeque as perguntas à maturidade de seus(as) estudantes.

FECHAMENTO:

Explique a eles(as) que fazer esses questionamentos é o que chamamos de interrogar a informação para podermos saber em qual delas podemos confiar. Este processo, tal como qualquer outra atividade, demanda prática. E quanto mais praticamos, mais natural fica essa postura não passiva diante do que lemos, ouvimos ou assistimos. Este aprendizado é cada vez mais necessário na sociedade conectada em que crianças, jovens e adultos vivem!

Depois questione: O que mais queremos/precisamos saber sobre o assunto?



Para finalizar a aula, peça que voltem ao **Diário de Bordo** para deixar seus registros sobre o aprendizado e as reflexões do dia.

Aula 3 - Por que em 19 de agosto de 2019 o dia virou noite na cidade de São Paulo?

Objetivos:

- Promover a análise de textos midiáticos a partir de critérios;
- Orientar na formulação de perguntas pertinentes.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** discutir, refletir, analisar e interrogar informação.
- **Referências/recursos para o(a) professor(a):**
 - **Texto:** **Confiabilidade** (em Guia da Educação Midiática, p. 44).
 - **Recursos:** **Atividade Amazônia** (em educamidia.org.br/guia, recursos complementares, Atividade #3).
- **Referências/recursos para os(as) estudantes:**
 - **Podcast:** Revisteen CBN Joca, episódio 16.

ATIVACÃO:

Escreva a pergunta da aula na lousa: Por que em 19 de agosto de 2019 o dia virou noite na cidade de São Paulo?

Retome com o grupo as informações registradas na aula anterior.

Questione: O que vocês ainda não sabem sobre o assunto? Que perguntas vocês ainda têm?

Aliás, reforce com o grupo a importância de saber formular perguntas. Segundo James Ryan, ex-reitor da Escola de Pós-Graduação em Educação de Harvard, “todos nós, incluindo nossos alunos, deveríamos gastar mais tempo pensando sobre as melhores perguntas a fazer. Nós gastamos tempo demais nos preocupando em ter a resposta certa. Mas a verdade é que a resposta só pode ser tão boa quanto a pergunta que foi feita” (The Right Question Institute, rightquestion.org).

Dependendo da participação dos(as) estudantes, questione: Por que há quem diga que a escuridão em São Paulo foi consequência da fumaça das queimadas, quem diga que foi uma frente fria e quem diga que os dois fatores foram responsáveis? Qual dessas informações é 100% correta? Como podemos saber? Reforce que com tanta informação acessível, muitas vezes na palma da mão, é essencial saber avaliar sua qualidade, credibilidade, intenção. Isso porque nem tudo o que circula está correto. Por isso, não basta saber ler o texto ou a imagem! E isso acontece com todo tipo de informação!

Caso seja possível, ouça com os(as) estudantes os primeiros 10 minutos do episódio 16, do **podcast Revisteen CBN Joca** com a participação de Tiago, um estudante de 11 anos, contando como se informa e discutindo o tema das *fake news*. Tiago faz algumas perguntas para o diretor da Agência Lupa, que realiza verificação de informações.

Importante você se lembrar, professor(a), que essa discussão sobre meio ambiente é o fio condutor que vai nos ajudar a desenvolver competências para consumir e produzir mídias de maneira reflexiva e responsável. Portanto, o que mais importa aqui é a relação atenta e reflexiva que os(as) estudantes devem começar a estabelecer com conteúdos que criam e com os quais interagem, para que possam participar plenamente, e sempre com olhar crítico, da sociedade em que vivemos.

DESENVOLVIMENTO:

1. Discussão: Com a turma dividida em grupos, desafie-os(as) a identificar a partir da experiência da Aula 2: quais seriam as perguntas para saber se uma informação é confiável. Então apresente a eles(as) as seguintes questões para auxiliar na tarefa de avaliar a confiabilidade:

AUTORIA: Quem criou a mensagem?

CONTEÚDO: Sobre o que é a mensagem? Há evidências para sustentar o que está sendo comunicado?

PROPÓSITO: Qual é a intenção da mensagem? Informar, vender algum produto, convencer, entreter?

CONTEXTO: Em que momento e circunstância esse material foi criado e está sendo disseminado?

IMPACTO: Quem pode ser beneficiado ou prejudicado pelo conteúdo?

Professor, você já refletiu sobre isso?

A *internet* alterou completamente nossa relação com a informação. Temos acesso a uma infinidade de conteúdos, sem necessariamente depender de curadoria ou interpretação de intermediários (por exemplo, livros didáticos, jornais e revistas). Tal condição amplia nosso poder, mas também requer responsabilidade.

Habilidades para encontrar informações e “interrogar” o material acessado (e não apenas consumi-lo) precisam ser desenvolvidas e adotadas no dia a dia de crianças e jovens.

Não se trata de formar um exército de checadores de informação, mas de incentivar uma leitura mais reflexiva e consciente – seja de textos, imagens, memes ou mesmo *podcasts*.

Para avaliar a confiabilidade de qualquer mensagem, é importante que, habitualmente, os(as) estudantes sejam incentivados(as) a “entrevistar” o conteúdo acessado, com perguntas sobre autoria, conteúdo, propósito, contexto e impacto (ver acima).

É essencial que os jovens e crianças percebam que todos somos responsáveis pela curadoria das informações que acessamos. Sem isso, corremos o risco de acabar menos informados do que antes, quando o volume de dados, mensagens e conteúdos disponíveis era bem mais restrito.

Guia da Educação Midiática, p. 44. Disponível para baixar em <https://educamidia.org.br/guia>

2. Exploração: Desafie-os(as) a discutir mais sobre o tema Queimadas na Amazônia.

Para isso, você pode escolher materiais da curadoria do EducaMídia (ver referências) ou usar estas sugestões: um gráfico com série histórica de dados sobre as queimadas e uma notícia sobre o tema que você tenha pesquisado na aula anterior. Além deles, pesquise e apresente também um meme sobre queimadas para discutir com os(as) estudantes.

O objetivo dessa exploração é mostrar que existem textos feitos que informam, explicam, divertem, mas também confundem, e só uma leitura atenta poderá nos ajudar a entender o que está por trás da mensagem.

Para a discussão, as reflexões devem ficar ao redor de:

Gráfico: o objetivo aqui é informar, apresentar informações em geral complexas. É preciso questionar se quem postou tem credibilidade, se está ligado a algum interesse econômico ou a um instituto de pesquisa científica ou à agroindústria, por exemplo.

Meme: aqui o objetivo é satirizar um dos lados da discussão. Os(as) estudantes devem discutir: o objetivo é convencer/influenciar ideias? Quem acham que criou? Que interesses defende? Que efeito isso pode ter?

O meme traz informações consistentes?

Notícia: Neste caso, também é preciso saber qual o objetivo do texto e se as informações apresentadas têm evidências, se apresentam contraponto ou ainda se não contemplaram algum aspecto importante.

3. Construção coletiva: Muitas vezes é difícil ensinar conceitos mais abstratos, especialmente, para estudantes menores. Por isso, criar neles(as) o hábito de analisar as mensagens de mídia, segundo um conjunto de perguntas pode ser muito eficiente. Veja o quadro a seguir e trabalhe as perguntas que devem fazer sempre que forem analisar mensagens de mídia.

Palavra-chave	Conceito essencial	Pergunta essencial
AUTORIA	Todos os textos de mídia são "construídos".	Quem criou essa mensagem?
FORMATO	Mensagens de mídia são construídas utilizando linguagens criativas que têm suas próprias regras.	Quais recursos criativos são utilizados para atrair minha atenção?
PÚBLICO	Pessoas diferentes vivenciam a mesma mensagem de mídia de forma diferente.	Como pessoas diferentes poderiam entender essa mensagem de forma distinta da minha?
CONTEÚDO	Mensagens de mídia incorporam valores e pontos de vista.	Quais estilos de vida, valores e pontos de vista estão representados ou obtidos nesta mensagem?
PROPÓSITO	As mensagens de mídia são criadas para informar, convencer, obter lucro ou poder.	Por que essa mensagem está sendo enviada?

FECHAMENTO:

Retome o material analisado em aula e veja o mais apropriado para fazer os(as) estudantes praticarem as perguntas essenciais do quadro apresentado.



Para finalizar a aula, peça que voltem ao **Diário de Bordo** para deixar seus registros sobre o aprendizado e as reflexões do dia.

Aula 4 - Por que em 19 de agosto de 2019 o dia virou noite na cidade de São Paulo?

Objetivos:

- Facilitar o reconhecimento de uma notícia falsa;
- Promover a reflexão sobre os impactos sociais, políticos e econômicos causados pela circulação desse tipo de informação.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** discutir, refletir, argumentar, fazer lista com palavras-chave, criar cartazes.
- **Referências/recursos para o(a) professor:**
 - **Vídeo:** [Educação Midiática, o que é isso afinal?](#) MídiaMundo.
- **Referências/recursos para os(as) estudantes:**
 - **Vídeo:** [Educação Midiática no dia a dia: Crer ou não crer](#)

ATIVAÇÃO:

1. Retome as discussões das aulas anteriores acerca da necessidade cada vez mais urgente da educação midiática no século 21. Como vamos conseguir lidar com o excesso de informação sem aprender estratégias para participar de forma crítica, ética e responsável na sociedade?

Peça aos(as) estudantes que pensem na quantidade de informações com as quais interagiram nas últimas 24 horas, apenas em mensagens que receberam por redes sociais ou aplicativos de mensagem, sem contar o que leram, ouviram no rádio ou na tv. É muita coisa, a se julgar pela alta participação de brasileiros de todas as idades na rede.

Agora pergunte se souberam da avalanche de notícias falsas, teorias da conspiração, boatos e campanhas de desinformação relacionadas à Covid-19 e se sabem de outros exemplos, confirmando o perigo real que o compartilhamento de informações falsas representa para a sociedade.

E aqui voltamos ao tema da primeira aula. Levante perguntas como: O que são *fake news*? Por que são criadas? Quais as pistas para identificá-las? Quais os impactos? Como se espalham? Qual a intenção de seus criadores? Por que circulam com tanta facilidade?

Anote as questões na lousa ou entregue impressas em papéis individuais (é importante que todos tenham as questões iniciais).

Antes de seguir, peça que os(as) estudantes assistam ao vídeo [Educação Midiática no dia a dia: Crer ou não crer](#). Este episódio retoma conceitos trabalhados e reforça discussões e dicas.

Depois do vídeo, reúna os(as) estudantes em grupos de trabalho e proponha que utilizem os minutos restantes desta etapa para elaborar hipóteses sobre as questões apresentadas, anotando palavras-chave sobre o assunto. Se possível, peça que elas sejam anotadas em pequenos blocos de notas, adesivos ou pequenos pedaços de papel.

Explique que *fake news* é, por definição, informação falsa produzida com a intenção de enganar. As *fake news* tentam “pegar carona” na credibilidade de veículos jornalísticos conhecidos e, geralmente, são divulgadas por canais que tentam imitar o visual, o nome, o endereço eletrônico e/ou o *slogan* de jornais confiáveis. O termo *fake news* tem sido criticado por pesquisadores, em primeiro lugar por representar um contrassenso: se algo é “notícia”, pressupõe-se que seja informação produzida dentro dos padrões éticos e de confiabilidade do jornalismo; se é falso, portanto, não pode ser chamado de notícia. Outro problema é que o termo se popularizou a ponto de ser usado sem muito critério, inclusive como sinônimo para “toda e qualquer informação que me desagrade ou contraria”. O fenômeno das *fake news* tem se agravado em nossa sociedade, a ponto de ter consequências sérias. As notícias falsas já influenciaram eleições, causaram episódios de violência em diversos lugares do mundo e, com a Covid-19, confirmaram a ameaça que são também à saúde pública.

DESENVOLVIMENTO:

1. Discussão: solicite que os(as) estudantes colemb na lousa as palavras-chave que escreveram sobre *fake news* e procurem agrupá-las por contexto, afinidade, significado, função, entre outros critérios. Deixe-os(as) livres para estabelecerem essas associações. Chame um grupo de cada vez, e no caso de não encontrarem “lugar” para alguma palavra, poderão abrir outra lista.

2. Exploração: proponha que os grupos pesquisem diferentes *fake news* sobre meio ambiente. Um bom recurso é uma plataforma lançada pelo Observatório do Clima para combater a desinformação ambiental, em parceria com portais de notícias ambientais e científicas chamada Fakebook.

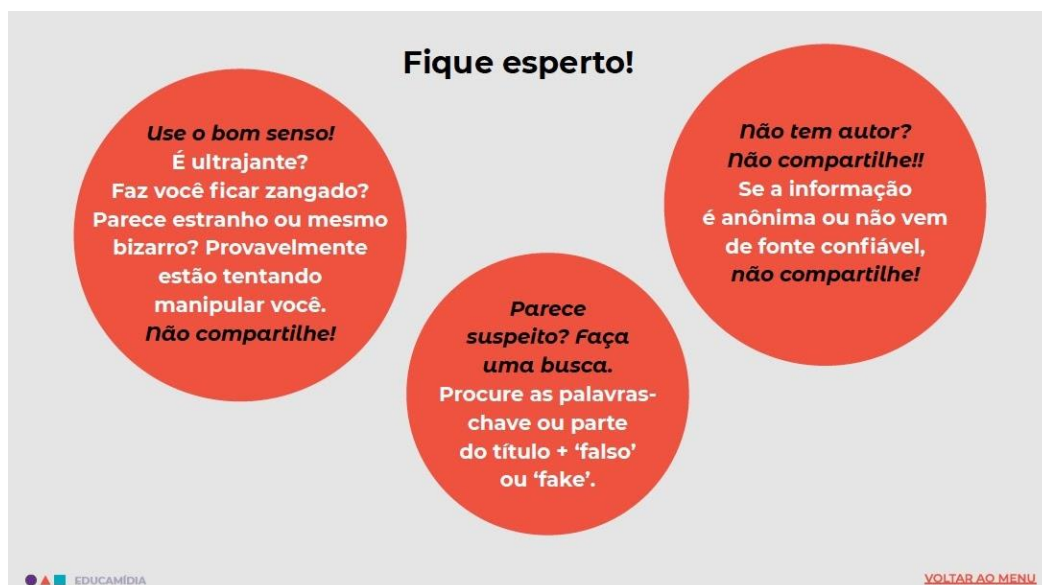
Feita a pesquisa, peça que recolham da lousa as palavras-chave que se referem a *fake news* ou ao assunto que encontraram.

Importante chamar a atenção dos(as) estudantes para o fato de que:

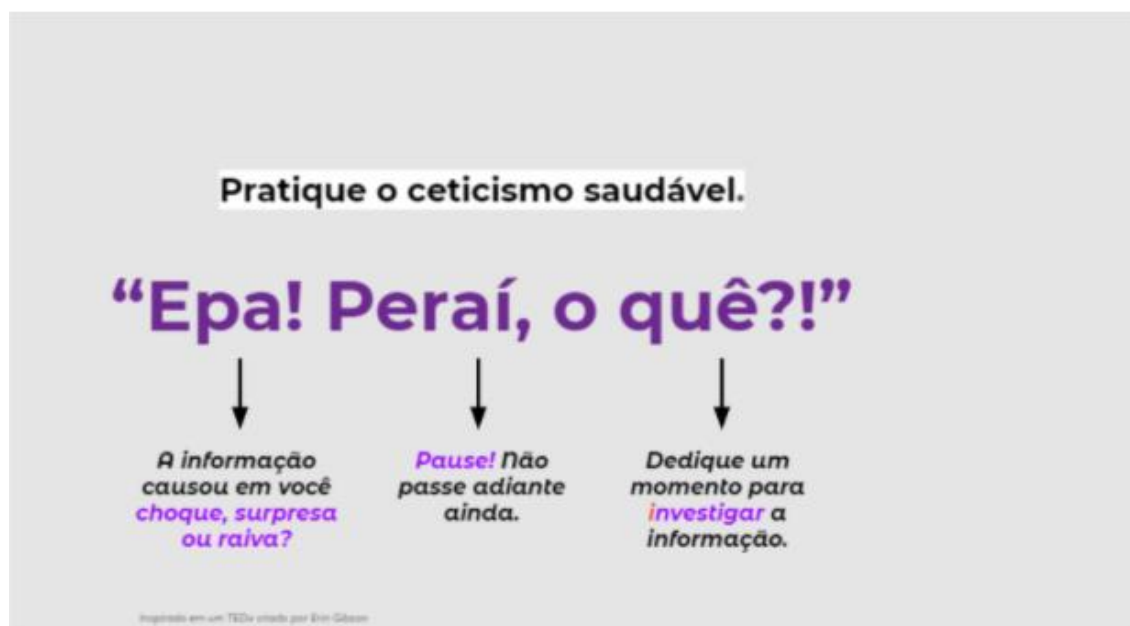
- *Fake news* não é uma novidade dos tempos modernos. Existem *fake news* antigas.

- Podem ser usadas pelo veículo de comunicação ou pela pessoa com o intuito de vender mais, ter maior audiência, ficar famosa, entreter pessoas, influenciar ideias, mudar crenças, levar o outro a diferentes ações, confundir as pessoas e até espalhar discurso de ódio.

3. Construção coletiva: painel de *fake news*. A partir das dicas a seguir, organize o painel com as *fake news* analisadas pela turma e as palavras-chave correspondentes. Se tiver tempo e condições, peça que os(as) estudantes façam cartazes digitais ou no papel com os títulos a seguir para espalharem pela escola ou por suas redes.



Um exemplo de cartaz que também traz uma outra estratégia mais que adequada para praticarmos é o ceticismo saudável ao interrogar uma informação. Imprima a arte a seguir para que ela também entre no painel das *fake news*.



FECHAMENTO:

Convide os(as) estudantes a falar sobre as dicas apresentadas para lidar com a informação. Peça que pensem em alguma experiência que viveram na qual poderiam ter aplicado algumas das estratégias. Você também pode exemplificar escolhendo alguma notícia falsa que tenha circulado recentemente ou notícias que imediatamente deveriam causar estranheza e nos fazer checar por nos causarem choque, surpresa ou raiva, por exemplo.



Para finalizar a aula, peça que voltem ao **Diário de Bordo** para deixar seus registros sobre o aprendizado e as reflexões do dia.

Aula 5 - Por que em 19 de agosto de 2019 o dia virou noite na cidade de São Paulo?

Objetivo:

- Planejar a escrita de um texto midiático que responda à pergunta.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** discutir, refletir, argumentar, analisar e questionar a informação.
- **Referências/recursos para o(a) professor:**

Site: EducaMidia.org.br/recursos

Texto: [6 dicas para otimizar as pesquisas dos seus alunos na internet](#)

ATIVÇÃO:

Proponha para os(as) estudantes a produção de material em diferentes mídias com o tema: Por que em 19 de agosto de 2019 o dia virou noite na cidade de São Paulo? Investigue o propósito da mensagem, e não a causa do fenômeno. Antes da escolha do formato, cabe decidir o que cada grupo quer fazer: Informar? Divertir? Influenciar ideias? Apresentar argumentos? Desinformar? Nesse último caso, é importante que o grupo saiba apontar o que está sendo manipulado ou oculto, pois esse deverá ser o foco da discussão.

Elabore coletivamente uma lista de gêneros midiáticos como: notícia, reportagem, texto de opinião, carta do leitor e entrevista de revista, jornal, telejornal, rádio (nos suportes impresso e eletrônico-- converse sobre as diferenças de recursos, pois os digitais possibilitam a inserção de *hiperlinks*), cartaz, folheto informativo/ conscientização, texto de *blog* e *vlog*, imagens, cartuns, charges, memes, *podcast*, poema, *posts* para redes sociais (FB, *Instagram*, *Whatsapp*, *Twitter*), *e-mail*, texto para *site* ou rede social da escola, músicas, paródias, cartas para autoridades a serem divulgadas em *sites*, como prefeitura, governos, câmaras, senado, órgãos específicos, como IBAMA, INPE ou até mesmo para políticos específicos.

Inicie uma conversa informal sobre as especificidades e as estratégias que os(as) estudantes conhecem para a produção desses gêneros. Quantas pessoas estão envolvidas nessas produções? Quem são esses profissionais?

DESENVOLVIMENTO:

Forme (ou retome) grupos e traga de volta a questão inicial: Por que em 19 de agosto de 2019 o dia virou noite na cidade de São Paulo?

Proponha que escolham o gênero a ser produzido. Dependendo do tamanho do grupo, sugira mais de uma produção (o ideal é de 3 a 4 estudantes por produção). Procure negociar com os grupos para que não haja repetição de gêneros, o que amplia a experiência e a aprendizagem.

Se considerar oportuno, combine com um grupo para que produza uma *fake news* sem que os outros saibam.

Oriente os grupos a elencar características e descreverem a estrutura dos gêneros a serem produzidos, transformando essa informação em um esquema a ser apresentado junto com a produção. Acompanhe de perto o processo tirando dúvidas e garantindo que estão no caminho certo.

Proponha a retomada das pesquisas realizadas e deixe os(as) estudantes à vontade para realizarem novas pesquisas durante o processo de produção de acordo com as necessidades e levando em consideração as aprendizagens até este ponto.

Este pode ser um bom momento para trabalhar estratégias de busca com os(as) estudantes. Neste [texto](#) você encontra algumas delas.

Ao planejar e refletir sobre sua produção de conteúdo, é importante que os(as) estudantes também façam perguntas relacionadas a:

Autoria - Quem estou representando ao criar esse texto, isto é, estou dando voz a quem? Quem são meus cocriadores e qual será a contribuição de cada um?

Propósito – O que eu quero que as pessoas façam como resultado da minha mensagem? Por que vou criar isso? Para quem vou produzir esta mensagem? O que eu quero que as pessoas pensem (ou reflitam sobre) como resultado da minha mensagem?

Conteúdo - Que mensagens e impressões eu quero passar? Que ideias, valores e informações quero tornar explícitas? E implícitas? O que eu escolho deixar de fora dessa mensagem e por quê? A maneira como apresento a informação e as ideias é justa?

Técnicas - Quais técnicas funcionarão melhor para comunicar a mensagem para esse público e por quê? Eu tenho (ou preciso ter) permissão para usar esse conteúdo?

Contexto - Quando irei compartilhar essa mensagem com o meu público? Como o contexto cultural pode influenciar a maneira como a minha mensagem será interpretada?

Contexto econômico - Quem está patrocinando ou pagando por isto? Quem poderá ganhar (dinheiro, popularidade, seguidores) com isso? Como isso pode afetar a minha mensagem?

Credibilidade - A informação que pretendo passar é correta? Como o público irá saber disso? Que fontes vou utilizar para informações, ideias e por quê?

Impacto - Quem pode se beneficiar dessa mensagem? Quem pode ser prejudicado? Quais vozes estarão representadas ou serão prejudicadas? Quais vozes serão omitidas ou ofuscadas? Qual é a minha responsabilidade para com o meu público?

Interpretações - Como e por que pessoas diferentes poderão interpretar minha mensagem de forma diferenciada? O que eu aprendi sobre mim mesmo a partir das escolhas que fiz ao planejar/criar esta mensagem?

Reações - Como as pessoas poderão se sentir depois de ouvir, ler ou ver minha mensagem? Que tipo de atitudes as pessoas poderão tomar em resposta a isso?

Claro que você não vai trabalhar todas elas numa única aula, mas o importante é ajudar os(as) estudantes a desenvolver hábitos de investigação e habilidades de expressão, e isso demanda muita prática. Volte sempre às perguntas de análise de informação e de criação ao longo da Eletiva.

FECHAMENTO:

Proponha o planejamento das etapas de trabalho com o objetivo de finalizar a produção na Aula 7. De acordo com a complexidade dos gêneros escolhidos, desafie os grupos a planejarem mais de uma produção. Se considerar conveniente, sorteie a segunda produção. A surpresa pode ser parte do desafio. Ressalte que tão importante quanto ser um consumidor atento das informações, é ser um produtor também atento e responsável.



Para finalizar a aula, peça que voltem ao **Diário de Bordo** para deixar seus registros sobre o aprendizado e as reflexões do dia.

Aula 6 - Por que em 19 de agosto de 2019 o dia virou noite na cidade de São Paulo?

Objetivo:

- Produzir texto midiático - 1ª versão.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** discutir, refletir, argumentar, analisar e interrogar a informação, produzir texto midiático.
- **Referências/recursos para o(a) professor:**
 - Webinar: [Fuja da desinformação](#)
- **Referências/recursos para os(as) estudantes:**
 - Vídeo: [Educação midiática no dia a dia: Criar, editar, remixar](#)

ATIVAÇÃO:

Estimule os(as) estudantes com a pergunta: que papel vocês estão assumindo?

Guie a conversa no sentido de facilitar a reflexão sobre a escrita responsável: quando deixamos de ser meros espectadores do que acontece no mundo e nos posicionamos como produtores e disseminadores de conteúdo é preciso ter ciência de todos os aspectos que envolvem a produção e a responsabilidade sobre o impacto dela nas pessoas. Este é um momento oportuno para que os estudantes assistam ao vídeo [Educação Midiática no dia a dia: Criar, editar, remixar](#). O vídeo foca na edição de conteúdo nas redes sociais, e traz questões essenciais para quem cria conteúdo.

DESENVOLVIMENTO

Oriente os grupos a seguirem com a execução das atividades planejadas a partir do objetivo principal da aula que é a produção da 1ª versão do texto midiático. Trata-se de uma versão preliminar, portanto imagens, sons, acabamentos (dependendo do texto) deverão apenas ser indicados para que fiquem perfeitos na versão final e não exijam retrabalho.

Caso algum grupo termine antes, sorteie ou indique um gênero (que ainda não foi produzido) para a segunda produção e desafie-os.

FECHAMENTO

Estimule-os a falar sobre o processo de produção de mídia. É importante ter em mente que engajar os(as) estudantes na criação de conteúdos é dar a eles(as) a oportunidade de praticar o pensamento crítico e aprender a lidar com o universo da informação. Para que a estratégia seja bem-sucedida, é importante dar apoio a eles(as) enfatizando as etapas de investigação e criação de conteúdo.

No planejamento, eles(as) devem pensar:

- 1) O que querem mostrar? Como? Rascunhos são parte dessa etapa.
- 2) Em seguida, é preciso encontrar todos os elementos (texto, imagem, som) que entra na produção.
- 3) O próximo passo é organizar todos os elementos em uma pasta no computador.

Depois da etapa de planejamento, vem a etapa de execução, que também tem três passos:

- 1) Criar imagens, clipes ou áudios originais.
- 2) Montar o *design*, vídeo ou pôster.
- 3) A última parte desse processo é publicar ou gerar a imagem final depois de verem uma prévia.



Para finalizar a aula, peça que voltem ao **Diário de Bordo** para deixar seus registros sobre o aprendizado e as reflexões do dia.

Aula 7 - Por que em 19 de agosto de 2019 o dia virou noite na cidade de São Paulo?

Objetivo:

- Revisar e finalizar a produção textual.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** discutir, refletir, argumentar, analisar e interrogar a informação, produzir texto midiático.
- **Referências para o(a) professor (a):**
 - Texto: [Glossário interativo EducaMídia, Redes Sociais](#)
- **Referências para os(as) estudantes:**
 - Vídeo: [Educação Midiática no dia a dia: Postar, curtir e compartilhar](#)

ATIVAÇÃO:

Comece a aula fazendo os(as) estudantes refletirem sobre sua produção: Como avaliam a primeira versão do texto que produziram?

Proponha a troca entre os grupos para que haja colaboração no sentido de melhorar a versão final. Ressalte a importância do trabalho colaborativo não só na escola, mas no mundo do trabalho hoje. Oriente-os no sentido de que essa colaboração deve ser respeitosa, bem justificada com argumentos que demonstrem a melhoria que ela pode proporcionar ao leitor. O aceite ou não da sugestão fica a critério do grupo que, em caso de divergência, deve buscar uma solução (negociação para adaptação da sugestão, votação ou uma terceira opção). Guie-os para encontrar a melhor solução utilizando perguntas.

Agora faça-os refletir sobre esse tipo de interação no ambiente virtual, nas redes sociais, por exemplo, quando postamos, curtimos e compartilhamos. Aproveite para pedir que assistam ao vídeo [Educação Midiática no dia a dia: Postar, curtir e compartilhar](#) e reflitam sobre essas questões.

Curtir, comentar, compartilhar são formas de relacionamento e participação que caracterizam as mídias sociais, geralmente descritas como “engajamento”. Ele é valioso para as plataformas, pois fornece informações que ajudam os algoritmos a compor seu perfil e enviar anúncios ou mensagens extremamente personalizados bem como para as marcas, pois um consumidor engajado ajuda na sua divulgação.

É por isso que as plataformas valorizam os conteúdos que promovem mais engajamento, no que se convencionou chamar de “economia da atenção”.

É muito importante os(as) estudantes saberem o quanto antes que ao interagir com um conteúdo, deixamos rastros no ambiente digital. Além disso, curtir ou compartilhar um *post* equivale a endossar aquele determinado conteúdo - é como se fosse “assinar embaixo”. Dessa forma, quem atua nas mídias sociais precisa ter consciência do seu papel e do impacto das suas palavras e ações.

Estimule-os(as) a falar sobre seus hábitos na *internet* e interação em redes sociais. Quanto mais cedo aprenderem que essas atividades demandam atenção e reflexão, mais saudável será a sociedade conectada.

DESENVOLVIMENTO

Construção coletiva: Depois das trocas de sugestão entre os grupos e da resolução de possíveis pontos de atenção no conteúdo ou na forma do texto, o grupo deve, mais uma vez, rever a produção.

Quando tudo estiver ajustado oriente-os a seguirem com a execução das atividades necessárias para a produção da 2ª versão do texto midiático, sua finalização e para a definição dos “espaços virtuais” em que serão publicados.

Retome o percurso feito pelo grupo em relação à pergunta inicial: POR QUE EM 19 DE AGOSTO DE 2019 O DIA VIROU NOITE NA CIDADE DE SÃO PAULO? Convide-os a publicar nos espaços virtuais definidos e acompanhar a repercussão no mundo digital. Estimule e monitore se as informações que estão selecionadas para a publicação são verdadeiras e verificadas. Combine uma apresentação interna da versão final para a próxima aula.

FECHAMENTO

Sobre o trabalho finalizado, peça para os(as) estudantes darem exemplos de dois pontos que merecem destaque e selecionarem uma coisa que mudariam ou colocariam se fosse possível.



Para finalizar a aula, peça que voltem ao **Diário de Bordo** para deixar seus registros sobre o aprendizado e as reflexões do dia.

Aula 8 - Por que em 19 de agosto de 2019 o dia virou noite na cidade de São Paulo?

Objetivo:

- Viabilizar e orientar os(as) estudantes nas apresentações.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** discutir, refletir, argumentar, analisar e interrogar a informação, produzir texto midiático.
- **Referências para o(a) professor (a):**
 - Texto: *Guia da Educação Midiática*, exemplos de atividades.

ATIVACÃO:

Retome o tema geral da Eletiva: MEIO AMBIENTE EM PERIGO e a importância de refletirmos sobre as informações veiculadas e qualquer outro assunto. E de sabermos lidar com o enorme fluxo de informações que chega até nós pelas redes sociais, revistas, jornais, embalagens, cartazes, sites, jogos, enfim, por inúmeras mídias.

Converse mais uma vez sobre o propósito final da eletiva: desenvolver os hábitos de investigação e as habilidades de expressão para acessar, ler, analisar, criar e participar de maneira crítica do ambiente informacional e midiático em todos os seus formatos para que se tornem pensadores críticos, comunicadores eficazes e cidadãos ativos no mundo de hoje. Enfatize que esse é um aprendizado para todas as fases da vida, independentemente da idade e da atividade.

Professor, pense sobre isso

Assim como os adultos, as crianças recebem uma enorme quantidade de informações das mais diversas fontes. Desde muito cedo expostas a imagens, sons, publicidade, embalagens, impressos, vídeos e telas, começam a ver o mundo e dar forma a seus valores influenciadas pelo que veem, ouvem e clicam. Elas aprendem muito rápido a lidar com os mais diversos dispositivos, mas é urgente fazê-las aprender a lidar com a informação!

Lembre-as que ao final das 32 aulas haverá um momento de culminância em que a turma apresentará uma Campanha de Conscientização com o tema MEIO AMBIENTE EM PERIGO e as queimadas serão parte da abordagem.

Retome o percurso feito pelo grupo em relação ao primeiro tema: POR QUE EM 19 DE AGOSTO DE 2019 O DIA VIROU NOITE NA CIDADE DE SÃO PAULO? e convide-os a apresentar suas respostas (produções).

DESENVOLVIMENTO:

Divida o tempo entre as apresentações. Oriente-os a:

- Contar um pouco sobre o percurso, isto é, o caminho que trilharam durante as 7 aulas;
- Apresentar o gênero produzido: objetivos, características, relevância, influência e “espaços” de circulação-apresentar a produção em si.

Proponha a publicação das produções nos “espaços midiáticos” elencados pelos(as) estudantes e oriente-os(as) a acompanhar possíveis devolutivas como: comentários, curtidas, compartilhamentos.

Ao final, proponha que os(as) estudantes respondam às perguntas: O DIA VIROU NOITE EM SÃO PAULO POR CAUSA DAS QUEIMADAS? AS QUEIMADAS SÃO REALMENTE UM PERIGO PARA O MEIO AMBIENTE?

FECHAMENTO:

Antes de pedir que os(as) estudantes façam seus registros, estimule-os(as) a refletir sobre aprendizado mais importante dessa aula e sobre algo sobre o qual gostariam de saber.



Para finalizar a aula, peça que voltem ao Diário de Bordo para deixar seus registros sobre o aprendizado e as reflexões do dia.

Aula 9 - A Amazônia é mesmo o pulmão do mundo?

Objetivos:

- Explorar os conhecimentos iniciais dos(as) estudantes;
- Guiar a pesquisa de textos midiáticos.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** discutir, refletir, argumentar, analisar e interrogar a informação, pesquisar.

ATIVAÇÃO:

Apresente a nova pergunta geral, ainda dentro do tema MEIO AMBIENTE EM PERIGO: **A Amazônia é mesmo o pulmão do mundo?**

Registre os conhecimentos iniciais dos(as) estudantes sobre o assunto e problematize: esses conhecimentos estão baseados em quê? Guie-os(as) para que reflitam sobre senso comum, inverdades que são repetidas e passam a parecer verdades (*fake news*), a importância de buscar boas referências, o hábito de questionar e pesquisar, entre outros aspectos importantes que evidenciem a necessidade de um olhar atento, capaz de “ler o mundo”. Estimule-os(as) a falar sobre suas próprias experiências e descobertas sobre esses temas. Guarde esses registros para retomá-los na aula 11 e não deixe de estimulá-los(as) sempre a usar o Diário de bordo ao final das aulas.

Retome o cronograma e apresente o novo percurso, discuta as semelhanças com o processo anterior e ajuste coletivamente a nova proposta, decidindo sobre o trabalho em grupo: mudar os integrantes ou manter a mesma formação? Estabelecer novos os gêneros midiáticos a serem produzidos ou deixar que os grupos escolham? Como fazer para garantir a maior variedade possível de gêneros contemplados? (compromisso dos grupos).

DESENVOLVIMENTO:

Reúna os(as) estudantes em grupos e proponha que conversem por alguns minutos sobre o trabalho realizado até aqui. Peça que consultem seus Diários de Bordo e indiquem, a partir das experiências que viveram, o que pode ser melhorado, quais as maiores dificuldades que encontraram nas etapas anteriores e o que pode ser feito para minimizá-las, o que cada um gostaria de mudar, de manter e quais foram os pontos fortes do trabalho. Questione-os(as) também se estão vendo as informações de ângulos diferentes, fazendo perguntas sobre a autoria e propósito do que consomem e refletindo sobre sua responsabilidade ao criar, consumir ou curtir.

Amazônia é mesmo o pulmão do mundo? Proponha que cada grupo planeje sua pesquisa sobre o tema e sobre fatos, explicações, opiniões e curiosidades que se relacionem com ele. Desafie-os a encontrar diferentes gêneros e diferentes opiniões. Auxilie-os a criar uma espécie de tabela/planilha para organizar as principais informações: como fonte, autoria, definições, fatos correlacionados, explicações, grupos envolvidos, a origem do termo “pulmão do mundo” entre outras.

FECHAMENTO:

Sugira que os(as) estudantes produzam um mural com pesquisas/referências. O caderno em que é registrado o Diário de Bordo pode ser usado como uma lista de referência de fontes para pesquisa (*sites* oficiais, pessoas, entidades, universidades, *sites* de coletâneas de memes, *fake news*, humor, entre outros). Converse sobre a importância desses registros e o quanto essas informações podem ser úteis.



Para finalizar a aula, peça que voltem ao **Diário de Bordo** para deixar seus registros sobre o aprendizado e as reflexões do dia.

Aula 10 - A Amazônia é mesmo o pulmão do mundo?

Objetivos:

- Orientar pesquisa de textos midiáticos;
- Orientar a análise de fontes e informações a partir de critérios estudados.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** discutir, refletir, argumentar, analisar e interrogar a informação.
- **Referências para o(a) professor(a):**
 - **Texto:** [Como identificar uma notícia falsa](#)
- **Referências para os(as) estudantes:**
 - **Vídeo:** [Como identificar a fake news](#)

ATIVIDADE:

Retome os critérios para avaliação de uma mensagem de mídia (texto midiático) apresentados na Aula 3. Solicite que os(as) estudantes acessem, por meio do Diário de Bordo, seus registros sobre maneiras de identificar se uma informação corresponde à verdade ou não.

DESENVOLVIMENTO:

Convide os grupos a retomar suas pesquisas, avaliando e registrando as fontes de informações consultadas. Desafie os grupos a analisarem o maior número possível de gêneros diferentes. Caso considere necessário, relembre as dicas e sugestões para pesquisa da Aula 5.

Se achar conveniente, relembre-os das questões já trabalhadas e reforce a importância dos registros no Diário de Bordo:

- Qual o tipo de texto?
- Há informações verbais e não verbais?
- Qual o principal assunto?
- Quem escreve/fala?
- Como o tema é desenvolvido?
- Há explicações claras?
- Cita fontes reconhecidas e confiáveis?
- Baseia-se em fatos ou opiniões?
- Quem são os especialistas consultados?
- Qual o canal de informação?
- Qual a relevância dele?
- A publicação apresenta mais de uma versão sobre o fato, isto é, expõe outro ponto de vista como contraponto?
- Como você avaliaria a informação apresentada?
- Quais as informações consistentes e quais as fragilidades das informações?

Este [vídeo](#) traz dicas para identificar *Fake news* de forma divertida e pode ser um ótimo recurso para os(as) estudantes sistematizarem conhecimento.

FECHAMENTO:

Solicite que cada grupo organize as informações para compartilhar com os outros grupos.



Para finalizar a aula, peça que voltem ao **Diário de Bordo** para deixar seus registros sobre o aprendizado e as reflexões do dia.

Aula 11 - A Amazônia é mesmo o pulmão do mundo?

Objetivos:

- Facilitar a organização das informações;
- Promover a comparação entre os conhecimentos prévios dos(as) estudantes e as informações adquiridas e estimular a reflexão.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** discutir, refletir, argumentar, analisar e interrogar a informação.
- **Referências para o(a) professor(a):**
 - Webinar: [Fontes: Crer ou não crer, eis a questão](#)
- **Referências para os(as) estudantes:**
 - Vídeo: [Educação Midiática no dia a dia: Crer ou não crer](#)

ATIVAÇÃO:

Inicie a aula com a pergunta: **A Amazônia é mesmo o pulmão do mundo?**

A partir da resposta dos(as) estudantes, pergunte: Por que muitas pessoas cometem equívocos em relação ao “pulmão do mundo”?

DESENVOLVIMENTO:

Proponha a discussão a partir da retomada de informações pesquisadas e do questionamento: a expressão “pulmão do mundo” se espalhou pelas mídias em agosto de 2019, por conta da expansão das queimadas que culminaram com “o dia que virou noite em São Paulo”. Vocês saberiam dizer qual a relação entre os dois fatos? Por mais complexa que a atividade possa parecer, lembre-se de que o propósito é tornar os(as) estudantes mais atentos(as) e a estarem sempre prontos a serem “detetives” e a analisar informações que circulem e são repetidas ou compartilhadas sem que muitas pessoas pensem e investiguem sobre elas.

Quais informações contribuíram para que a Amazônia tivesse o título de pulmão do mundo há alguns anos? Quais informações os novos estudos trouxeram que derrubaram os argumentos anteriores? Quais motivos você diria que levaram algumas pessoas a utilizar a antiga, e agora equivocada, expressão “pulmão do mundo” para se referir à Amazônia? Essas pessoas espalharam *fake news* ou simplesmente erraram? Alguma delas utilizou essa expressão para “ganhar alguma coisa” ou “ter alguma vantagem”? Quais as polêmicas que envolveram essa situação?

Explore a percepção pessoal do(a) estudante seguindo os questionamentos: As hipóteses que você levantou sobre o assunto no início da abordagem, na Aula 9, correspondem à realidade ou estavam baseadas numa informação antiga? **Comente que muitas vezes a informação -- a Amazônia é o pulmão do mundo--, foi mundialmente repetida como “verdade”, tantas vezes que, para alguns, se transformou em uma crença pessoal.**

Questione: Como será que isso acontece? Isso pode acontecer com uma informação 'fabricada' – *fake news*? Solicite e analise coletivamente exemplos trazidos pelo grupo. É claro que a pandemia do Coronavírus traz inúmeros exemplos dessa fabricação de notícias falsas que se tornaram verdade e colocaram a vida de muitas pessoas em risco!

FECHAMENTO:

Proponha que os grupos elaborem seus registros a partir das informações importantes sobre o assunto e sobre o encadeamento de fatos relacionados a ele.

Na sequência, peça que reflitam sobre as seguintes questões antes de fazer seus registros no Diário de Bordo:

- Quais informações novas essa pesquisa trouxe para você?
- Há diferença entre mentir e se equivocar? Qual a melhor maneira de evitar que equívocos e/ou crenças pessoais sejam espalhadas pelas mídias?
- Dê continuidade ao registro de referências para pesquisas midiáticas (*sites*, pessoas, instituições de referência, órgãos oficiais etc.)



Para finalizar a aula, peça que voltem ao **Diário de Bordo** para deixar seus registros sobre o aprendizado e as reflexões do dia.

Aula 12 - A Amazônia não é o pulmão do mundo

Objetivo:

- Discutir o que há por trás das *fake news* sobre meio ambiente e suas consequências.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** discutir, refletir, argumentar, analisar e interrogar a informação.
- **Referências para o(a) professor(a):**

- **Texto:** Guia da Educação Midiática

- **Site:** EducaMídia.org.br

• **Referências para os(as) estudantes:**

- **Vídeo:** série “[Is this legit?](#)” (Isso é legítimo?) do canal *MediaWise* no *YouTube*

ATIVACÃO:

Apresente para os(as) estudantes uma notícia falsa sobre meio ambiente, que não precisa estar diretamente ligada à Amazônia. Seja qual for o exemplo, é importante que se atentem para o fato de que é preciso levantar perguntas como

- Quem é acusado?
- Quais prejuízos essa notícia pode trazer para a empresa? (morais e financeiros)
- Que tipo de impacto essa notícia causa nos leitores? (em relação, por exemplo, a questões como: fiscalização, punição, ações de contenção do poluente, manifestação da empresa envolvida)
- Que tipo de reação as pessoas podem ter? Revoltar-se contra a empresa e realizar manifestações físicas e virtuais difamando-a, boicotar produtos que levam a marca e se empenhar para que outras pessoas também boicotem (prejuízo), realizar manifestações cobrando atitudes dos órgãos públicos responsáveis pela fiscalização e contra os poderes públicos (executivo, legislativo e judiciário), que podem cair, ter descrédito ou serem vítimas de discurso de ódio.

DESENVOLVIMENTO:

Apresente para os(as) estudantes uma lista de *sites* que verificam e combatem as *fake news*, para que todos(as) conheçam os trabalhos desenvolvidos. Esses *sites* fazem o chamado *fact-checking* e em português ficaram conhecidos por agências de *fact-checking* ou de verificação. Proponha que cada grupo pesquise em um ou dois *sites*, notícias sobre o meio ambiente e analise as notícias com o objetivo de identificar:

- Por que essa informação foi construída?
- A quem pretende atingir e por quê?
- Quem são os grandes prejudicados?
- Quem se beneficia dessa informação?
- Que mudanças ela espera causar nas crenças e nas ações das pessoas?

Explique que em alguns desses *sites*, o internauta pode solicitar que uma notícia seja investigada, e quando é assim o *site* apresenta como checkou a informação. Chame a atenção para notícias investigadas que foram comprovadas e validadas, questionando que tipo de incômodo pode ter levado alguém a solicitar a investigação da notícia.

Explore um fenômeno que se torna cada vez mais comum, que é o de rotular informações que não correspondem às crenças pessoais como *fake*. Nesse processo, “quem não pensa como eu deve ser desacreditado”. Uma iniciativa interessante nos Estados Unidos é a rede de adolescentes *Fact checkers*, a *The MediaWise Teen Fact-Checking Network* (TFCN). Todos os dias, eles checam informações em busca de sua veracidade. Vale a pena assistir com os estudantes um dos vídeos no canal deles no YouTube (você pode colocar legendas com tradução automática em português) e ver como foi feita a verificação (também com o recurso de traduzir a página usando o Google translator no navegador).

FECHAMENTO

Estimule os(as) estudantes a refletir sobre o conteúdo da aula perguntando, por exemplo:

- Qual *fake news* posso considerar mais danosa e por quê?
- Como foi minha experiência de navegação nos *sites* de combate à informação falsa? O que ela acrescentou aos meus conhecimentos sobre como reconhecer uma *fake news*?

Dê continuidade ao registro de referências para pesquisas midiáticas (*sites*, pessoas, instituições de referência, órgãos oficiais, etc.)



Para finalizar a aula, peça que voltem ao **Diário de Bordo** para deixar seus registros sobre o aprendizado e as reflexões do dia.

Aula 13 - Entre a informação e a informação falsa: por que é tão fácil ser enganado?

Objetivo:

- Organizar e aplicar os conhecimentos acumulados.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** discutir, refletir, argumentar, analisar e interrogar a informação, fazer pesquisa.
- **Referências para o(a) professor(a):**
 - Vídeo: [Mentira: O vírus da desinformação Mídia Mundo](#)
- **Referências para os(as) estudantes:**
 - Vídeo: [Educação midiática no dia a dia: Informação para vender e convencer](#)

ATIVAÇÃO:

Proponha que os(as) estudantes retomem todas as aprendizagens sobre notícia confiável e notícia falsa. Escolha e apresente uma *fake news* (de preferência do mês ou da semana em que for realizada essa aula). E, ao lado, uma notícia confiável sobre o mesmo assunto. Na sequência, questione: em quais aspectos os dois textos são semelhantes e diferentes? Anote as respostas e desafie-os(as) a comparar as *fake news* pesquisadas na Aula 12, com notícias que trazem informações confiáveis

DESENVOLVIMENTO:

Com os(as) estudantes reunidos(as) mais uma vez em grupos, proponha que realizem pesquisas com palavras-chave utilizadas nas *fake news* para buscar informações verdadeiras sobre o mesmo assunto/tema. Utilize o Diário de Bordo para registrar essa atividade conforme tabela a seguir, lembrando de repassar os tópicos com a turma para que fiquem muito bem entendidos:

Tópicos para análise	Notícia	<i>Fake news</i>
Autoria – Alguém se responsabiliza pela autoria da publicação?		
Propósito - É possível perceber algum propósito específico na mídia escolhida?		
Conteúdo – O conteúdo é suficiente?		
Técnicas- Há algum tipo de técnica para comunicar a mensagem?		
Credibilidade - As fontes têm autoridade para falar sobre este assunto específico?		
Contexto- O canal, formato de como o texto foi compartilhado, é intencional?		
Contexto econômico- Alguém está pagando por isso?		
Impacto – Causa algum tipo de impacto?		
Interpretações - É passível de interpretação?		
Reações - Causa reações?		



Consta



Consta Parcialmente



Não Consta

Este é um bom momento para assistirem ao vídeo [Educação Midiática no Dia a Dia: Informação para Vender e Convencer](#). O foco são influenciadores digitais, personagens que permitem discutir vários tópicos da atividade.

FECHAMENTO

Aproveite para fechar esse encontro com algumas perguntas sobre o tema. Pergunte aos(às) estudantes por que é tão fácil ser enganado por informações falsas e como podemos evitar cair em notícias falsas e compartilhá-las. É importante estimulá-los a fazerem suas próprias perguntas. Educação midiática, afinal, é o desenvolvimento das habilidades de investigação, é importante lembrar.



Para finalizar a aula, peça que voltem ao **Diário de Bordo** para deixar seus registros sobre o aprendizado e as reflexões do dia.

Aula 14 - A Amazônia não é o pulmão do mundo. Mas ela é...

Objetivo:

- Promover e apoiar a escrita de texto midiático - 1ª versão.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** discutir, refletir, argumentar, analisar e interrogar a informação.
- **Referências para o(a) professor(a):**
 - Texto: [Criança e a relação fortalecedora no universo digital](#)
- **Referências para os(as) estudantes:**
 - Vídeo: [Educação midiática no dia a dia: Informação para vender e convencer](#)

ATIVACÃO:

Estimule os(as) estudantes com a pergunta: que papel vocês estão assumindo? Guie a conversa no sentido de facilitar a reflexão sobre a **escrita responsável dos produtores de informação**: quando deixamos de ser meros espectadores do que acontece no mundo e nos posicionamos como produtores e disseminadores de conteúdo, é preciso conhecer todos os aspectos que envolvem a produção do texto que estamos escrevendo e também se responsabilizar pela repercussão que o texto poderá ter sobre os leitores.

DESENVOLVIMENTO:

Oriente os grupos, a partir do objetivo principal da aula que é a produção da 1ª versão do texto midiático, que complete a frase: A AMAZÔNIA NÃO É O PULMÃO DO MUNDO. MAS ELA É...

Explique que ao produzir informação, a primeira resposta é saber com quem queremos falar (identificar público leitor). Depois temos de refletir sobre onde vamos falar (esferas de circulação e espaços virtuais para serem divulgados). Essas reflexões são primordiais para uma comunicação efetiva e para que criar mídias seja também encontrar a sua voz e amplificar o seu alcance.

Trata-se de uma versão preliminar do produto, portanto, imagens, sons, acabamentos, dependendo do texto, deverão apenas ser indicados, para que fiquem perfeitos na versão final e não exijam retrabalho. Caso algum grupo termine antes, sorteie ou indique um gênero, que ainda não foi produzido para a segunda produção e desafie-os.

FECHAMENTO

Convide os(as) estudantes a falar sobre as dificuldades que tiveram individualmente e no trabalho colaborativo. Peça que comparem esta experiência de criação de mídia com questões para responder (esferas de circulação, identificação do público leitor etc.) com outras em que simplesmente criaram alguma coisa.



Para finalizar a aula, peça que voltem ao **Diário de Bordo** para deixar seus registros sobre o aprendizado e as reflexões do dia.

Aula 15 - A Amazônia não é o pulmão do mundo. Mas ela é...

Objetivo:

- Facilitar a revisão e finalização das produções de texto midiático.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** discutir, refletir, argumentar, analisar e interrogar a informação, revisar, dar feedback.
- **Referências para o(a) professor(a):**
 - **Texto:** [Criança e a relação fortalecedora no universo digital](#)
- **Referências para os(as) estudantes:**
 - **Vídeo:** [Educação midiática no dia a dia: Informação para vender e convencer](#)

ATIVACÃO:

Comece a aula perguntando sobre como os(as) estudantes avaliam a primeira versão do texto que produziram. Então, proponha a troca entre os grupos para que haja uma avaliação respeitosa da produção do outro.

Orienta que as sugestões devem ser bem justificadas com argumentos que demonstrem a melhoria que ela pode proporcionar. O aceite ou não da sugestão, fica a critério do grupo que, em caso de divergência, deve buscar uma solução (negociação para adaptação da sugestão, votação ou uma terceira opção). Guie-os(as) para encontrar a melhor solução, utilizando perguntas.

DESENVOLVIMENTO

Depois da avaliação feita pelos diferentes grupos e da resolução de possíveis pontos de atenção no conteúdo ou na forma, o grupo deve mais uma vez, rever a produção.

Quando tudo estiver ajustado oriente-os a seguirem com a execução das atividades necessárias para a produção da 2ª versão do texto midiático, sua finalização e a definição dos “espaços virtuais” em que serão publicados.

Procure retomar aspectos trabalhados ao longo da Eletiva referentes ao consumo e produção de informação e ajude os(as) estudantes a incorporar como práticas, os hábitos de interrogação e a desenvolver suas habilidades de expressão e trabalho colaborativo. Esse é um aprendizado para a vida.

FECHAMENTO

Peça que, em duplas, destaquem dois pontos que merecem ser ressaltados na aula e algo que mudariam, caso fosse possível. As duplas então relatam seus achados para a sala.



Para finalizar a aula, peça que voltem ao **Diário de Bordo** para deixar seus registros sobre o aprendizado e as reflexões do dia.

Aula 16 - A Amazônia não é o pulmão do mundo. Mas ela é...

Objetivo:

- Orientar as apresentações.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** discutir, refletir, argumentar, apresentar produções.
- **Referências para o(a) professor(a):**
 - **Texto:** Guia da Educação Midiática
 - **Site:** EducaMídia.org.br

ATIVAÇÃO:

Fale um pouco sobre o tema geral da Eletiva: MEIO AMBIENTE EM PERIGO. Converse mais uma vez sobre o propósito final da Eletiva: desenvolver os hábitos de investigação e as habilidades de expressão necessários para acessar, ler, analisar, criar e participar de maneira crítica do ambiente informacional e midiático em todos os seus formatos para que se tornem pensadores críticos, comunicadores eficazes e cidadãos ativos no mundo de hoje. Afinal, se nos informamos para estudar, fazer decisões de consumo, projetos de vida, cuidar da saúde. Entre tantas outras coisas, em todas as esferas da vida, é preciso saber lidar com a informação dentro e fora da escola. E mais: é preciso saber lidar com a informação que consumimos e com a que produzimos.

Lembre-os(as) que ao final das 32 aulas, haverá um momento de culminância em que a turma apresentará uma Campanha de Conscientização com o tema MEIO AMBIENTE EM PERIGO e Amazônia e os Oceanos, sendo que estes últimos os verdadeiros pulmões do mundo, farão parte da abordagem.

Retome o percurso feito pelo grupo em relação ao primeiro tema: A AMAZÔNIA É MESMO O PULMÃO DO MUNDO? E convide-os(as) a apresentar suas respostas (produções).

DESENVOLVIMENTO

Divida o tempo entre as apresentações. Oriente-os(as) a:

- Contar um pouco sobre o percurso, isto é, o caminho que trilharam durante as últimas 7 aulas.
- Apresentar o gênero produzido: objetivos, características, relevância, influência e “espaços” de circulação.
- Apresentar a produção em si.

FECHAMENTO

Proponha a publicação das produções nos “espaços midiáticos” elencados pelos(as) estudantes e oriente-os(as) a acompanhar possíveis devolutivas como: comentários, curtidas, compartilhamentos. Retome aspectos já discutidos sobre essas interações nas redes.

Ao final, proponha que os(as) estudantes completem a frase inicial: A Amazônia não é o pulmão do mundo. Mas ela é...

Depois disso, deixe como reflexão para as anotações no Diário de Bordo:

- De toda experiência, qual o aprendizado mais importante para mim?
- Há algo sobre o qual eu queira saber mais?



Para finalizar a aula, peça que voltem ao **Diário de Bordo** para deixar seus registros sobre o aprendizado e as reflexões do dia.

Aula 17 - O que realmente vem sendo destruído na Amazônia?

Objetivos:

- Explorar os conhecimentos iniciais dos(as) estudantes;
- Guiar a pesquisa de textos midiáticos.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*, cópia do cronograma da Eletiva.
- **Atividades:** discutir, refletir, argumentar, analisar e interrogar a informação, conhecer a personalização, otimizar pesquisas.

- **Referências para o(a) professor:**
 - **Texto:** [Glossário interativo EducaMídia \(Bolha informacional\)](#)
 - **Texto:** [Como fazer uma busca melhor](#)
 - **Texto:** [Refine sua busca](#)
- **Referências para os(as) estudantes:**
 - Vídeo:** [Educação Midiática no dia a dia: Porteiros da informação](#)

ATIVAÇÃO:

Apresente a nova pergunta geral, ainda dentro do tema MEIO AMBIENTE EM PERIGO: O QUE REALMENTE VEM SENDO DESTRUÍDO NA AMAZÔNIA? Questione os(as) estudantes sobre quais inferências podem fazer, informações que possuem sobre o assunto e em que essas referências estão baseadas (senso comum, crenças, informações da mídia, informações de redes sociais, informações oficiais). Auxilie-os(as) a estabelecer estratégias para encontrar informações que ajudem na construção da resposta para a pergunta feita e registre as sugestões. Questione sobre as fontes confiáveis registradas no Diário de Bordo. Você pode usar como base a tabela a seguir:

S	Q	A
O eu sei	O que eu quero saber	O que eu aprendi
Escreva as informações que você já sabe.	Escreva as informações que você quer pesquisar e saber mais.	Ao final da aula, escreva quais informações você aprendeu.

Apresente o percurso que será feito pelo grupo e a proposta de, ao final das abordagens, **produzir vídeos de 2 a 3 minutos**.

DESENVOLVIMENTO:

Reúna os(as) estudantes em grupos e proponha que conversem por alguns minutos sobre o trabalho realizado até aqui. Peça que consultem seus Diários de Bordo e indiquem, a partir das experiências que viveram, o que pode ser melhorado, quais as maiores dificuldades que encontraram nas etapas anteriores e o que pode ser feito para minimizá-las, o que cada um gostaria de mudar, de manter e quais foram os pontos fortes do trabalho. Lembre-os(as) de que embora o tema da Eletiva seja o meio ambiente em perigo, a proposta é que saiam desta Eletiva, preparados para questionar qualquer tipo de informação.

O que realmente vem sendo destruído na Amazônia? Proponha que cada grupo planeje sua pesquisa sobre o tema e sobre fatos, explicações, opiniões e curiosidades que se relacionem a ele. Desafie-os a encontrar diferentes gêneros e opiniões. Auxilie-os a criar uma espécie de tabela/planilha para organizar as principais informações, como: fonte, autoria, definições, fatos correlacionados, explicações, grupos envolvidos, entre outras. Uma das técnicas que pode ser usada é conhecida como mapa mental.

Este é um bom momento para inserirmos o tema da **personalização** nas buscas. Introduza o tema perguntando se eles já se perguntaram por que e o que veem nos resultados das buscas ou na sequência de vídeos que aparece para cada um no YouTube. Será que todo mundo vê as mesmas coisas?

Explique que o perfil de cada um e o histórico de navegação é que ajudam a definir o conteúdo que as plataformas mostram nas buscas ou ao recomendar um vídeo, um produto, uma música. Muitas plataformas personalizam os resultados para que sejam cada vez mais adequados a cada usuário. (Claro que isso tem um preço, o de criar bolhas, no qual só aparecem informações que o algoritmo "concluiu" ser adequadas àquele usuário, alterando sua visão de mundo!!! Mas essa é outra história!)

Este é um ótimo momento para a sala assistir ao vídeo [Educação Midiática no dia a dia: Porteiros da informação](#), que trata justamente de algoritmos.

Depois de eles terem assistido, promova uma discussão sobre os temas abordados e a importância de estarmos atentos para que o mundo que vemos nas redes ou que aparecem nas nossas pesquisas seja resultado das artimanhas de um algoritmo.

Divida a sala em duplas e depois de definirem os termos da pesquisa (que tal todos usarem Amazônia ou um conceito aprendido na Eletiva?), oriente os(as) estudantes para os procedimentos a seguir. Algumas estratégias para refinar as buscas podem ser encontradas [aqui](#) e [aqui](#).

Peça que as duplas pesquisem na *internet* as mesmas palavras, ao mesmo tempo, para analisar **como os resultados obtidos em uma ferramenta de busca podem ser diferentes, dependendo do histórico de navegação de cada computador, tablet ou celular**.

Cada usuário terá um resultado de busca diferente e pode ser que essa constatação surpreenda a turma. Isso porque além da forma como o objeto da busca está escrito, a página de resultados pode incluir sugestões feitas pelo buscador a partir da análise que os **algoritmos** fazem do perfil, histórico de interesses e até mesmo da localização geográfica de quem está fazendo a busca. O perfil da maioria das pessoas que busca aquele termo específico também pode afetar a pesquisa. Para temas mais amplos, o Google costuma reunir as informações mais relevantes em uma espécie de "ficha" na lateral direita. Outros conteúdos da página podem incluir artigos informativos, artigos de opinião, charges, vídeos de interesse público com comentários, conteúdos patrocinados sobre alguma marca ou anúncios. Como sempre, é preciso estar atento para diferenciar os resultados da busca e saber filtrá-la. E nunca é demais lembrar: num universo informacional tão abundante, reforce nos(as) estudantes o hábito de refletir sempre sobre o tipo de informação que estão acessando.

Explique a eles(as) que é importante desconfiar da hierarquia em que os resultados aparecem. Nem sempre o primeiro resultado apresentado por um buscador é o melhor ou mais apropriado para o contexto da sua pesquisa.

Pode ser um **resultado patrocinado** (quando uma empresa, marca ou serviço paga para que o *link* de seu *site* apareça em destaque na busca).

Mesmo no caso de um resultado orgânico, em que não há pagamento, é importante prestar atenção à qualidade e confiabilidade dos *links* encontrados. Nem sempre o mais popular e, que, portanto, aparece com mais destaque na busca, é o melhor!

Proponha buscas com palavras-chave distintas, para explorar os mecanismos de classificação das informações pelas ferramentas. Usar, por exemplo, duas ou mais palavras entre aspas e sem elas, verificando se os resultados obtidos são os mesmos.

Ressalte que no caso de uma busca, é importante ser específico. Faz muita diferença digitar, por exemplo, governo, governo rio de janeiro e governo rio de janeiro município. Embora os resultados da busca governo rio de janeiro município apareçam em menor número, eles são mais relevantes.

FECHAMENTO:

Sugira que os(as) estudantes utilizem o mesmo caderno em que é registrado o Diário de Bordo para iniciar o registro de uma lista de referência de fontes para pesquisa (*sites* oficiais, pessoas, entidades, universidades, *sites* de coletâneas de memes, *fake news*, humor, entre outros). Converse sobre a importância desses registros e do quanto essas informações podem ser úteis. Para as reflexões finais antes dos registros, pergunte:

- Quais ajustes foram propostos no grupo para melhorar o trabalho?
- Quais expectativas você tem em relação ao novo tema?



Para finalizar a aula, peça que voltem ao **Diário de Bordo** para deixar seus registros sobre o aprendizado e as reflexões do dia.

Aula 18 - O que realmente vem sendo destruído na Amazônia? Qual a importância da Amazônia para o mundo?

Objetivo:

- Acompanhar a realização de pesquisas de textos midiáticos, observando se os(as) estudantes colocam em prática as aprendizagens realizadas.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** discutir, refletir, argumentar, fazer busca reversa.
- **Referências para o(a) professor(a):**
 - **Texto:** [Glossário Interativo EducaMídia: Buscas](#)
 - **Webinar:** [Busca, algoritmo e curadoria de conteúdo: como fazer?](#)

ATIVAÇÃO:

Retome os critérios para avaliação de um texto midiático apresentados na Aula 3. Solicite que os(as) estudantes acessem, por meio do Diário de Bordo, seus registros sobre maneiras de identificar se uma informação corresponde à verdade ou não, inclusive seus registros de fontes confiáveis.

DESENVOLVIMENTO:

Proponha que cada grupo inicie sua própria pesquisa, incluindo os mais diversos gêneros midiáticos. Explique e apresente exemplos sobre a importância de dados para a credibilidade das informações. Considere a possibilidade de distribuir os temas entre os grupos, sempre com a orientação de pesquisarem a mesma informação em diferentes fontes, textos e suportes para que seja possível compará-las.

Oriente-os(as) no sentido de obter fatos e dados sobre:

- Mudanças no ambiente (clima, fauna e flora);
- Grupos de defesa da Amazônia e seus propósitos;
- Grupos que exploram a Amazônia e seus propósitos;
- Quais os prejuízos essa exploração traz para o Brasil;
- Prejuízos para outros países ou para o mundo;
- Dados estatísticos sobre a fauna, flora e o clima na Amazônia- prejuízos que a destruição pode trazer para a Ciência;
- Espécies em extinção.

Para aprimorar as habilidades de busca dos(as) estudantes, antes que comecem as pesquisas, pergunte se afinal só as mensagens de texto podem ser manipuladas. Será que fotos, vídeos e áudios são sempre verdadeiros? Nada disso. Explique que o perigo da desinformação é tão grande, porque estes conteúdos podem ser alterados. Para que aprendam a checar a veracidade de uma imagem, introduza a busca reversa e mostre que, quando analisamos uma imagem, é importante se certificar de algumas coisas. Veja a seguir:

- Quando a foto foi usada pela primeira vez?
- Será que ela é mesmo da data alegada?

Dica: Use uma ferramenta de verificação como a busca reversa do Google.

Obs.: Em 2019, durante a disparada dos incêndios na Amazônia, o presidente da França Emmanuel Macron fez um tuíte criticando o governo brasileiro usando uma foto da floresta em chamas. A foto, no entanto, era de 2003.

Onde foi feita a imagem?

Dica: Tenha certeza de que a foto foi tirada no contexto alegado. Fotos antigas de guerras ou desastres naturais, muitas vezes, reaparecem em outro contexto.

O que as pessoas estão vestindo?

Suas roupas se encaixam no estilo do país ou na época em que a foto foi supostamente tirada?

Como está o tempo na foto?

Dica: Pessoas com casacos, roupas de calor, neve no solo ou árvores sem folhas são indícios que ajudam a localizar uma imagem no tempo e no espaço.

Há evidências do idioma comprovando a localização?

Dica: Procure por sinais de linguagem em placas de trânsito, fachadas de lojas e outdoors.

A iluminação é consistente? A direção das sombras é sempre a mesma?

Os objetos próximos estão iluminados da mesma maneira ou alguns parecem mais apagados ou brilhantes?

Dica: Se assim for, há uma boa chance de que eles tenham sido adicionados ou manipulados digitalmente. Procure distorções ao longo das bordas de pessoas ou objetos. Estes são geralmente fáceis de detectar e indicam quando uma imagem foi mal manipulada.

Como fazer uma busca reversa

A busca reversa de imagens é uma técnica computadorizada que envolve a recuperação de imagens a partir de seu conteúdo. Uma busca deste tipo resulta em imagens semelhantes, sites que incluem a imagem ou a mesma imagem em

diferentes tamanhos. E por que isso é importante? Porque é uma forma de conhecer o autor original de uma fotografia ou ilustração, além da data da criação e a fonte da publicação. Com essa busca, é possível contrastar a veracidade de uma imagem, descobrir versões manipuladas, verificar os direitos autorais ou descobrir se alguém usou uma foto de sua propriedade sem permissão.

Basta acessar www.images.google.com e, na caixa de pesquisa, colar a URL de uma imagem ou fazer *upload* de uma imagem armazenada no computador. Também é possível simplesmente arrastar uma imagem para o buscador.

É possível localizar a primeira aparição dessa imagem na *internet*, o que ajuda a verificar se a data alegada é verdadeira.

Outro recurso para fazer a busca reversa de imagem é o *site* www.tineye.com, no qual é possível verificar onde e quando a imagem foi utilizada, mesmo se ela tiver sofrido alterações, e checar se o contexto é real.

FECHAMENTO:

Peça que os grupos, a partir das experiências adquiridas nas práticas de pesquisa anteriores, realizem registros organizados, para viabilizar o momento de compartilhamento de informações. Uma atividade divertida para a busca reversa é "**Detetive de imagem**", em que você seleciona algumas imagens e pede que eles verifiquem a veracidade delas.

Para estimulá-los a fazer seus registros, deixe as perguntas:

- O que descobri ao consultar a mesmas informações em diferentes mídias, fontes e formatos?
- O que mais aprendi hoje sobre como ler uma informação?



Para finalizar a aula, peça que voltem ao **Diário de Bordo** para deixar seus registros sobre o aprendizado e as reflexões do dia.

Aula 19 - O que realmente vem sendo destruído na Amazônia?

Objetivos:

- Facilitar a organização das informações;
- Promover a comparação entre os conhecimentos prévios dos(as) estudantes e as informações adquiridas, a fim de estimular a reflexão.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** discutir, refletir, argumentar, analisar e interrogar a informação, organizar informação.
- **Referências para o(a) professor(a):**
 - **Texto:** Guia da Educação Midiática
 - **Site:** EducaMídia.org.br

ATIVAÇÃO:

Proponha a discussão a partir da retomada de informações pesquisadas e do questionamento: O QUE REALMENTE VEM SENDO DESTRUÍDO NA AMAZÔNIA?

DESENVOLVIMENTO:

Sugira que cada grupo compartilhe os resultados da pesquisa e que os outros grupos façam anotações sobre informações complementares e informações conflitantes, com o objetivo de estender a proposta, estimulando os(as) estudantes a checar as informações e detectar possíveis informações falsas.

Explore a percepção pessoal deles(as), seguindo o questionamento: as hipóteses que você levantou sobre o assunto no início da abordagem, na Aula 17, correspondem à realidade ou estavam baseadas em informações equivocadas ou de senso comum?

FECHAMENTO:

Proponha que os grupos elaborem seus registros a partir das informações importantes sobre o assunto e sobre o encadeamento de fatos relacionados a ele.

Para o registro no Diário de Bordo, estimule-os(as) com perguntas, como:

- Quais informações novas essa pesquisa trouxe para mim?
- Quais novas referências para pesquisas midiáticas encontrei?



Para finalizar a aula, peça que voltem ao **Diário de Bordo** para deixar seus registros sobre o aprendizado e as reflexões do dia.

Aula 20 - O que realmente vem sendo destruído na Amazônia?

Objetivo:

- Chamar atenção dos(as) estudantes de forma consistente para a importância do tema na sociedade, da criação de mídias para defesa de uma causa e participação cidadã.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** discutir, refletir, argumentar, analisar e interrogar a informação.
- **Referências para o(a) professor:**
 - Plano de aula: [Criar para aprender](#)
- **Referências para os(as) estudantes:**
 - Texto: [ROTEIRO DE PRODUÇÃO AUDIOVISUAL](#)
 - Vídeo: [Educação Midiática no Dia a Dia: Participação cidadã](#)

ATIVAÇÃO:

Inicie a proposta com uma conversa sobre: Por que é importante que a sociedade saiba mais sobre este tema?

Depois de guiar os(as) estudantes no sentido de perceberem a importância e a intenção de suas produções, estenda a conversa no sentido de facilitar a reflexão sobre a **comunicação responsável**: quando deixamos de ser meros espectadores do que acontece no mundo e nos posicionamos como produtores e disseminadores de conteúdo é preciso conhecer todos os aspectos que envolvem a produção do gênero e do assunto sobre o qual pretendemos comunicar no sentido de nos responsabilizarmos pela repercussão que poderá ter sobre os espectadores.

Aproveite para fazê-los(as) refletir sobre o quanto a *internet* facilita a divulgação de qualquer coisa (para o bem e para o mal): basta um *smartphone* ou um computador, acesso à *internet* e pronto! A mensagem pode chegar a um número muito grande de pessoas! Isso é poder, mas também é responsabilidade. Será que eles(as) já pensaram sobre isso?

DESENVOLVIMENTO:

Apresente aos(as) estudantes os gêneros textuais suportados por vídeo e ofereça modelos de diferentes tipos de roteiro para que os grupos façam suas escolhas.

Defina coletivamente o público-alvo do vídeo a ser produzido (pode ser por grupo ou geral) e em quais mídias os produtos elaborados pelos grupos serão publicados e distribuídos.

Orienta, por meio de exemplos, que cada grupo elabore um plano para a produção de vídeo – roteiro. A resposta à pergunta: O QUE REALMENTE VEM SENDO DESTRUÍDO NA AMAZÔNIA? pode ser elaborada no sentido real (vida - fauna, flora e atmosfera) ou no sentido figurado (esperança, futuro, paz). Esta etapa é crucial e deve focar no desenvolvimento do argumento e do roteiro. É importante ajudar os(as) estudantes a sequenciar uma série de frases ou informações baseadas em evidências, bem como orientar as escolhas técnicas e criativas para a apresentação de um conteúdo consistente, de forma clara e sucinta.

Como anexo a este material, acesse o [ROTEIRO DE PRODUÇÃO AUDIOVISUAL](#) e [PLANO DE AULA: Criar para aprender.](#)

Defina com cada grupo o PROPÓSITO do vídeo. Será informativo? Será uma campanha, cujo objetivo é comover e engajar com um chamado à ação? Os dois gêneros utilizarão técnicas diferentes e implicam em argumentos e escolhas autorais bem diferentes.

Estimule os(as) estudantes a refletir sobre seu poder ao defenderem alguma causa nas redes sociais. Ao contrário do que pode parecer, você não precisa ter milhões de seguidores para conseguir apoio para questões que importam para muitos cidadãos, como por exemplo, a defesa da Floresta Amazônica. Peça que assistam ao vídeo [Educação Midiática no Dia a Dia: Participação cidadã](#) e discutam esse papel quando decidem criar mídias e participar ativamente da sociedade conectada e digital em que vivemos.

Aproveite para retomar os exemplos de questionamentos apresentados na perspectiva da CRIAÇÃO de um texto midiático. Este material permite uma boa reflexão para nortear o planejamento de uma produção de vídeo. Os mesmos questionamentos podem orientar a revisão/edição das produções. Para isso, como sugerido na Aula 5, basta mudar os tempos verbais para o gerúndio, como no exemplo a seguir:

Autoria - Quem estou representando ao criar esse vídeo, isto é, estou dando voz a quem? Quem são meus cocriadores (grupo) e qual será a contribuição de cada um?

FECHAMENTO:

Caso considere conveniente, apresente para os(as) estudantes o conceito de fluência digital, que implica na habilidade de acessar ampla gama de ferramentas digitais e ter flexibilidade para encontrar e adaptar-se a novas ferramentas. Para compartilhar o vídeo que será produzido, oriente os(as) estudantes a usarem o YouTube, por exemplo.

Para os registros no Diário de Bordo, levante questões, como:

- Quais foram as dificuldades que tive individualmente e em grupo para planejar uma produção de vídeo?
- Quais os pontos de atenção do planejamento?

Obs.: Para a próxima aula garanta disponibilidade de recursos necessários para as produções, de acordo com o planejamento de cada grupo. Em função do uso de tecnologia, caso haja a necessidade de revezamento, estabeleça combinados logo no início da aula.



Para finalizar a aula, peça que voltem ao **Diário de Bordo** para deixar seus registros sobre o aprendizado e as reflexões do dia.

Aula 21 – O que realmente vem sendo destruído na Amazônia?

Objetivos:

- Promover e apoiar a produção de um vídeo.
- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** discutir, refletir, argumentar, analisar e interrogar a informação, conhecer direitos autorais.
- **Referências para o(a) professor(a):**
 - **Texto:** Guia da Educação Midiática
 - **Site:** EducaMídia.org.br

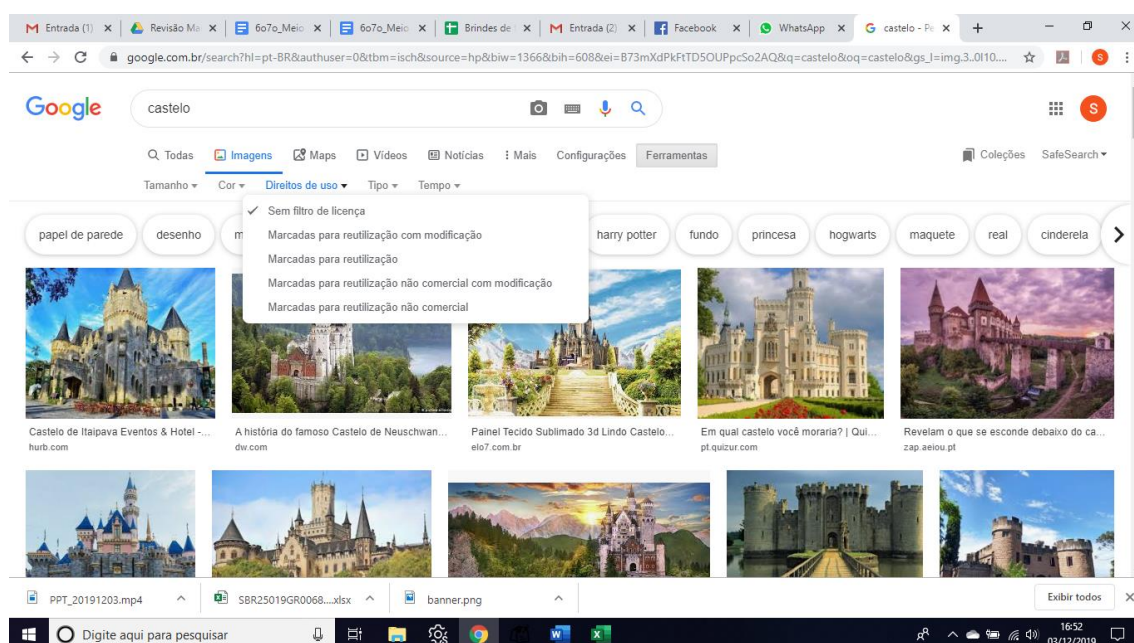
ATIVAÇÃO

Oriente os grupos a seguirem com a execução das atividades planejadas a partir do objetivo principal da aula que é a gravação da 1ª versão do vídeo. Trata-se de uma versão preliminar, portanto, imagens, sons, acabamentos devem ser testados e validados de acordo com os objetivos do grupo.

DESENVOLVIMENTO

Acompanhe de perto cada grupo, auxiliando no sentido de cumprirem o roteiro ou de fazerem adaptações necessárias e não planejadas para resolução de problemas. Neste caso, promova reflexões a partir de perguntas e problematizações. Realize interferências quando for preciso. Proponha que gravem, analisem e avaliem cada etapa.

Essa é uma excelente oportunidade para tratar sobre direito de uso de imagem e direitos autorais. Explique aos(as) estudantes que a busca de imagens requer alguma atenção e que não podemos usar textos, áudios e imagens da *internet* só porque aparecem nas nossas buscas. Para descobrir se a imagem está liberada para uso, basta selecionar o botão ferramentas, em seguida direitos de uso.



FECHAMENTO:

Estimule os(as) estudantes a falarem sobre o tema dos direitos autorais. É sempre bom lembrá-los(as) de que o conceito de cidadania também se aplica ao mundo digital e que respeitar as produções dos outros é uma obrigação de cada um de nós.

Peça que reflitam sobre perguntas, como:

- Quais foram as dificuldades que tive individualmente e em grupo?
- Quais os pontos mais significativos do trabalho realizado?



Para finalizar a aula, peça que voltem ao **Diário de Bordo** para deixar seus registros sobre o aprendizado e as reflexões do dia.

Aula 22 - O que realmente vem sendo destruído na Amazônia?

Objetivos:

- Promover e apoiar a produção de um vídeo – CONTINUAÇÃO.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** discutir, refletir, argumentar, analisar e interrogar a informação, produção de vídeo.
- **Referências para o(a) professor(a):**
 - **Texto:** Guia da Educação Midiática
 - **Site:** EducaMídia.org.br

ATIVAÇÃO:

Oriente os grupos a seguirem com a execução das atividades planejadas a partir do objetivo principal da aula que é a continuação da gravação da 1ª versão do vídeo.

DESENVOLVIMENTO:

Acompanhe cada grupo, auxiliando no sentido de cumprirem o roteiro ou fazerem adaptações necessárias e não planejadas para resolução de problemas. Neste caso, promova reflexões a partir de perguntas e problematizações. Realize interferências quando for preciso. Proponha que gravem, analisem e avaliem cada etapa.

FECHAMENTO:

Convide a turma para falar sobre seu processo criativo. Retome as etapas de planejamento e execução na criação de mídias da Aula 6 e estimule-os(as) sempre a fazer perguntas sobre seu processo de criação. Para os registros no diário, pergunte sobre as dificuldades que tiveram individualmente e em grupo sobre os pontos mais significativos do trabalho realizado nesta aula.



Para finalizar a aula, peça que voltem ao **Diário de Bordo** para deixar seus registros sobre o aprendizado e as reflexões do dia.

Aula 23 - O que realmente vem sendo destruído na Amazônia?

Objetivo:

- Apoiar a edição de um vídeo.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** discutir, refletir, argumentar, analisar e interrogar a informação.
- **Referências para o(a) professor(a) e estudantes:**

- Programas gratuitos para edição de vídeos:

- [WeVideo](#)

- [Adobe Spark](#)

- [Qwik](#)

ATIVACÃO:

Oriente os grupos avaliarem suas produções, solicite que sejam listados e discutidos pontos de atenção que precisam ser melhorados: editados e/ou regravados. Proponha que avaliem o método mais adequado e rápido para resolver as questões apontadas.

DESENVOLVIMENTO:

Mostre algumas ferramentas de edição (veja acima, em referências) e solicite que os(as) estudantes apresentem outras formas de editar, por exemplo, por meio de aplicativos do celular já conhecidos por eles. Acompanhe cada grupo, auxiliando nas adaptações necessárias para resolução de problemas. Neste caso, promova reflexões a partir de perguntas e problematizações. Realize interferências quando for preciso.

FECHAMENTO:

Na medida do possível, faça a turma refletir sobre o processo de criação de mídia, retomando questionamentos sobre suas escolhas técnicas, criativas e sobre os aprendizados ao longo da trilha.

Convide-os(as) a pensar sobre as dificuldades que tiveram individualmente e em grupo, assim como os pontos mais significativos do trabalho realizado.



Para finalizar a aula, peça que voltem ao **Diário de Bordo** para deixar seus registros sobre o aprendizado e as reflexões do dia.

Aula 24 - O que realmente vem sendo destruído na Amazônia?

Objetivos:

- Auxiliar a finalização dos arquivos de vídeo;
 - Organizar uma sessão para compartilhar as produções;
 - Distribuir por meio de canais eletrônicos ligados ao meio ambiente e redes sociais da escola.
- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*, equipamentos para a reprodução dos vídeos: imagem e som de qualidade
 - **Atividades:** discutir, refletir, argumentar, analisar e interrogar a informação, compartilhar conteúdos.
 - **Referências para o(a) professor(a):**
 - **Texto:** Guia da Educação Midiática
 - **Site:** EducaMídia.org.br

ATIVACÃO:

Propor que os grupos finalizem seus arquivos e auxiliá-los quando necessário. Retomar a pergunta: O que realmente vem sendo destruído na Amazônia? Orientar os grupos para que indiquem um representante que irá contar um pouco sobre o processo de pesquisa e criação do vídeo.

DESENVOLVIMENTO:

Divida o tempo entre as apresentações e sorteie a ordem de apresentação dos trabalhos. Oriente-os a:

- Contar um pouco sobre o percurso, isto é, o caminho que trilharam durante as 7 aulas.
- Apresentar o gênero produzido: objetivos, características, relevância, influência e “espaços” de circulação.
- Apresentar o vídeo.

FECHAMENTO:

Proponha a publicação das produções nos “espaços midiáticos” elencados pelos(as) estudantes e oriente-os(as) a acompanhar possíveis devolutivas, como comentários, curtidas, compartilhamentos.

Ao final, proponha que conversem sobre suas conclusões: O QUE REALMENTE VEM SENDO DESTRUÍDO NA AMAZÔNIA? QUAIS AS CONSEQUÊNCIAS DESSA DESTRUIÇÃO? COMO AS PESSOAS PODEM SE INFORMAR MELHOR E ENTENDER O QUE ESTÁ ACONTECENDO?



Para finalizar a aula, peça que voltem ao **Diário de Bordo** para deixar seus registros sobre o aprendizado e as reflexões do dia.

Aula 25 - Meio ambiente em perigo

Objetivo:

- Guiar os(as) estudantes na retomada do percurso destacando a importância do texto midiático na construção do conhecimento.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** discutir, refletir, argumentar, analisar e interrogar a informação.
- **Referências para o(a) professor(a):**
 - **Texto:** Guia da Educação Midiática
 - **Site:** EducaMídia.org.br
- **Referências para o(a)s estudantes:**
 - O futuro da Amazônia, de Carlos Nobre (disponível no *site* piseagrama.org)

ATIVACÃO:

Retome o tema que norteou os estudos midiáticos, as pesquisas e as produções nessa Eletiva MEIO AMBIENTE EM PERIGO e pergunte aos(às) estudantes:

- Depois de tantas pesquisas e análises, vocês podem afirmar que o meio ambiente está em perigo? Por quê?

- De todas as notícias e informações sobre os grupos que exploram e destroem a Amazônia, qual chamou sua atenção e por quê?
- Entre os grupos que lutam pela preservação da natureza, qual chama sua atenção e por quê?
- Agora que você conhece a situação da Amazônia mais de perto, quais soluções você apresentaria para preservá-la?
- Que alertas você faria para colegas que vão começar a fazer pesquisas na rede, não necessariamente sobre meio ambiente?
- Será que é tão simples assim buscar e avaliar uma informação de qualquer assunto?

DESENVOLVIMENTO:

Proponha uma conversa sobre as estratégias e os processos estudados que possibilitam a leitura crítica dos textos midiáticos:

- Você se sente mais seguro(a) para ler um texto midiático e não cair em informações falsas e manipuladas?
- Depois de ter estudado o assunto, você pode afirmar se o conteúdo de um texto midiático é capaz de influenciar e direcionar o leitor/ouvinte/espectador a uma percepção equivocada da realidade ou não?

Retome os registros pessoais feitos no Diário de Bordo, nos painéis de informação construídos e complementados ao longo das aulas.

Relembre os questionamentos que impulsionaram as investigações e produções:

POR QUE EM 19 DE AGOSTO DE 2019 O DIA VIROU NOITE NA CIDADE DE SÃO PAULO? A AMAZÔNIA É MESMO O PULMÃO DO MUNDO? O QUE REALMENTE VEM SENDO DESTRUÍDO NA AMAZÔNIA? Solicite que os(as) estudantes indiquem fatos e argumentos que justifiquem o alerta: MEIO AMBIENTE EM PERIGO! (Agora, com ponto de exclamação!)

Verifique se eles(as) têm dúvidas que ainda não foram esclarecidas pelas pesquisas realizadas e auxilie-os(as) em novas pesquisas. Caso contrário, inicie um registro coletivo (veja as questões a seguir, no item específico) e tome como base o seguinte trecho do artigo O futuro da Amazônia, do climatólogo Carlos Nobre, publicado no *site* piseagrama.org:

O FUTURO DA AMAZÔNIA

“O desmatamento zero na Amazônia, pseudometa de todo governo, não é mais suficiente para que a floresta continue a regular a temperatura do continente, a evitar catástrofes ambientais e a levar chuvas para regiões que já poderiam estar desertificadas. (...)

O caos climático previsto tem o potencial de ser incomensuravelmente mais danoso do que a Segunda Guerra Mundial. O que é impensável hoje pode se tornar uma realidade incontornável em prazo menor do que esperamos. Restaurar as florestas nativas é a melhor aposta que podemos fazer contra o caos climático, uma verdadeira apólice de seguro.”

FECHAMENTO

Convide os(as) estudantes a pensarem:

- O que as pessoas precisam fazer diante da situação da Amazônia?
- Para isso, o que é preciso saber?



Para finalizar a aula, peça que voltem ao **Diário de Bordo** para deixar seus registros sobre o aprendizado e as reflexões do dia.

Aula 26 - Meio ambiente em perigo!

Objetivo:

- Auxiliar os(as) estudantes a aprofundar a reflexão iniciada na aula anterior.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*, equipamentos para a produção, pesquisa e exploração
- **Atividades:** discutir, refletir, argumentar, analisar e interrogar a informação.
- **Referências para o(a) professor(a):**
 - **Texto:** Guia da Educação Midiática
 - **Site:** EducaMídia.org.br
- **Referências para os(as) estudantes:**
 - **Texto:** [Amazônia e seu ponto sem retorno](#)
 - **Texto:** O futuro da Amazônia, em piseagrama.org
 - **Site:** Fakebook.eco

DESENVOLVIMENTO

Convide os(as) estudantes a realizarem a leitura dos textos a seguir, no sentido de aprofundar a abordagem iniciada na aula anterior: O Futuro da Amazônia, de Carlos Nobre (disponível *on-line* em piseagrama.org) e [Amazônia e seu ponto sem retorno](#).

Você também pode sugerir que eles(as) explorem a área de MITO X FATO da plataforma Fakebook.eco e escolham um deles sobre clima ou florestas para ler a respeito e entender tanto o fato do ponto de vista científico quanto a checagem da informação; como eles estão aprendendo a fazer nesta Eletiva de Educação

Midiática. Explore a interessante história da criação dessa plataforma, pois ela tem tudo a ver com várias discussões feitas ao longo da trilha.

FECHAMENTO:

Após a leitura compartilhada do texto e da discussão sobre ele, proponha o registro da compreensão dos(as) estudantes sobre pontos importantes, como:

- Por que o desmatamento acumulado precisa ser levado em consideração?
- Como reconstruir uma paisagem devastada?
- Quais soluções a floresta oferece para sua própria reconstrução? Por que isso não basta?
- Como podemos regenerar o que foi alterado? Quais os caminhos alternativos?



Para finalizar a aula, peça que voltem ao **Diário de Bordo** para deixar seus registros sobre o aprendizado e as reflexões do dia.

Aula 27 - Meio ambiente em perigo!

Objetivos:

- Auxiliar os(as) estudantes na retomada das produções já feitas a partir dos textos apresentados.
- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*, equipamentos para a produção e exploração dos diferentes tipos de gêneros
- **Atividades:** discutir, refletir, argumentar, analisar e interrogar a informação.
- **Referências para o(a) professor(a):**
 - **Texto:** Guia da Educação Midiática
 - **Site:** EducaMídia.org.br
- **Referência para o(a)s estudantes:**
 - **Vídeo:** [Educação Midiática no dia a dia: Crer ou não crer](#)

ATIVACÃO:

Comece a aula levantando questões sobre as leituras do último encontro.

Reflorestamento - Alguém pensou nisso? (refere-se a algum grupo da sala). Caso o assunto já tenha sido abordado por algum grupo, solicitar que os integrantes liderem a nova etapa de pesquisa e a organização da campanha.

Converse com os(as) estudantes a partir das seguintes abordagens:

Como ambos os textos apresentados abordam o assunto?

- O que os textos midiáticos falam sobre isso? Quando a queimada destrói a mata, a reconstrução dela ou uma parte mínima dela na perspectiva da diversidade, poderia ser um caminho? Por que se fala tão pouco nisso?
- Qual a importância de uma plataforma para combater notícias falsas na área do meio ambiente?
- Vamos pesquisar um pouquinho mais?

DESENVOLVIMENTO:

Os(as) estudantes devem fazer novas pesquisas sobre reflorestamento/agroflorestal. Além disso, devem identificar os itens já abordados nas aulas anteriores sobre confiabilidade da fonte.

FECHAMENTO

Antes de fazerem seus registros no Diário de Bordo, peça que os(as) estudantes reflitam sobre as seguintes perguntas:

- Consegui ter clareza dos critérios estabelecidos?
- Consegui relacioná-los ao texto no sentido de validá-lo?
- Qual minha maior dificuldade? Como resolvi?



Para finalizar a aula, peça que voltem ao **Diário de Bordo** para deixar seus registros sobre o aprendizado e as reflexões do dia.

Aula 28 - Meio ambiente em perigo

Objetivo:

- Mobilizar os(as) estudantes no planejamento de uma campanha de conscientização.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*, equipamentos para a produção e exploração dos diferentes tipos de gêneros
- **Atividades:** discutir, refletir, argumentar, analisar a informação e programar uma campanha
- **Referências para o(a) professor(a):**
 - **Texto:** Guia da Educação Midiática
 - **Site:** EducaMídia.org.br
- **Referências para os(as) estudantes:**
 - **Campanha:** [Doação de sangue](#)

ATIVAÇÃO:

Comece a aula questionando os(as) estudantes sobre o que as pessoas precisam fazer diante da situação da Amazônia, e para isso, o que é preciso saber?

Apresente para análise a **campanha para doação de sangue** organizada pelo Ministério da Saúde, veiculada em junho de 2021, e questione:

- Quantidade, tipos de peças em quais suportes veiculam, quais públicos atingem e onde este público está.

Doação de Sangue

Período de veiculação: 2021

Publicado em 14/06/2021 13h27











Atualizado em 15/06/2021 12h39



Período de veiculação: 2021

Peças da campanha:

NOVO

 Cartaz - Mãos	Download
 Cartaz - Vertical	Download
 Cartaz - Personagens 1	Download
 Cartaz - Personagens 2	Download
 Email MKT - População Geral	Download
 Email MKT - Profissionais de Saúde	Download
 Tela de Login	Download
 Spot	Download
 Filme 30'	Download
 Filme 60'	Download

Repare que a campanha possui 10 peças entre filmes, cartazes, *e-mails*. Para que serve cada uma delas? Entre no site: <https://www.gov.br/saude/pt-br/campanhas-da-saude/2021/doacao-de-sangue> e explore com os(as) estudantes.

Observação: Caso você não disponha de computador com acesso à *internet*, salve esse documento *off-line* ou mesmo imprima para poder apresentar ao grupo como exemplo de organização de campanha. Se preferir, selecione outro modelo e exemplo.

DESENVOLVIMENTO

Explore as características de uma campanha. Compare modalidades de campanha, destacando semelhanças e diferenças entre campanhas publicitárias, campanhas de conscientização, campanhas de doação, entre outras. Guie-os(as) a compreender que independentemente do tipo, a campanha é sempre um GRANDE ESFORÇO para alcançar um fim, um objetivo, uma meta e até um propósito.

Proponha o planejamento de uma campanha. Defina objetivos, público-alvo, questionando:

- Que mensagem queremos passar?
- Para quem queremos enviar essa mensagem?
- Revisitem todas as produções apresentadas nas Aulas 8, 16 e 24 e apontem relações entre elas e os possíveis objetivos de uma campanha.
- Converse sobre o que as pessoas precisam saber sobre a Amazônia.
- Elenque diferentes formas sobre como dizer e informar isso (cartazes, panfletos, *spots*, filmes, músicas, símbolos, como o Setembro Amarelo, Outubro Rosa ou o que chamamos de “peças” que podem ser virtuais (digitais) ou físicas.
- Discuta critérios para estabelecer qual a melhor forma de organizar uma campanha.
- Quais outros formatos de comunicação podem ser interessantes para comunicar a mensagem? Memes, gifs, colagem etc.)
- Numa Era com tanta desinformação de notícias falsas circulando, como garantir a credibilidade da sua campanha?

FECHAMENTO

Desta vez, convide os(as) estudantes a:

- Registrar as decisões tomadas coletivamente;
- Registrar o processo de construção dos critérios e os critérios definidos;
- Registrar o que precisa ser dito e o como deve ser dito.



Para finalizar a aula, peça que voltem ao **Diário de Bordo** para deixar seus registros sobre o aprendizado e as reflexões do dia.

Aula 29 - Meio ambiente em perigo!

Objetivo:

- Viabilizar a criação de uma imagem para a campanha.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*, equipamentos para a produção e exploração dos diferentes gêneros midiáticos
- **Atividades:** discutir, refletir, argumentar, analisar e interrogar a informação e criar mídia para uma campanha.
- **Referências para o(a) professor(a):**
 - **Texto:** Guia da Educação Midiática
 - **Site:** EducaMídia.org.br

ATIVIZAÇÃO

Proponha que os(as) estudantes agrupem os textos midiáticos produzidos anteriormente de acordo com o gênero textual ao qual pertencem, organizando-os numa apresentação (*slides*, por exemplo). Juntos, revejam as produções verbais e não verbais, com o objetivo de embasar e inspirar a próxima produção.

DESENVOLVIMENTO

Em grupos, proponha a criação de uma imagem que represente as DUAS questões centrais e urgentes, que entrelaçam os temas desta Eletiva: a necessidade do reflorestamento e a de questionarmos qualquer tipo de informação. A primeira questão combate as mudanças climáticas; a segunda, garante que nossas decisões sobre saúde, eleição, consumo, entretenimento etc. sejam tomadas a partir de informações de qualidade e credibilidade, como algo na linha de combate ao desmatamento e à desinformação.

O objetivo dessa produção é que, acompanhada ou não por texto verbal, ela se torne peça de uma campanha permanente, distribuída em diferentes formatos e suportes. Ora em *posts* em redes sociais, ora estampadas em camisetas, em assinaturas de *e-mails*, cartazes, estampando canecas e garrafinhas ecológicas, capas de pastas e cadernos, e o que mais a imaginação permitir. As produções podem ser feitas diretamente em *softwares* específicos ou em papel e depois digitalizadas.

FECHAMENTO

Os(as) estudantes devem também planejar e ter claro como querem atingir seu público. Estimule-os(as) a organizar essa etapa sobre onde e como pensam divulgar a campanha.



Para finalizar a aula, peça que voltem ao **Diário de Bordo** para deixar seus registros sobre o aprendizado e as reflexões do dia.

Aula 30 - Meio ambiente em perigo

Objetivo:

- Mobilizar os(as) estudantes para a criação de um texto de apresentação do trabalho.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*, equipamentos para a produção e exploração dos diferentes gêneros midiáticos
- **Atividades:** discutir, refletir, argumentar, analisar e interrogar a informação e refletir sobre quem recebe nossas comunicações.
- **Referências para o(a) professor(a):**
 - **Texto:** Guia da Educação Midiática
 - **Site:** EducaMídia.org.br

ATIVACÃO

Comece a aula com uma discussão sobre como disparar a campanha para ONGs de defesa da natureza, órgãos públicos, representantes políticos, outras escolas. Será que é necessário explicar? Ou podemos apenas enviar a imagem num *e-mail*, *post* ou mensagem? Faltariam informações? Será que a pessoa que receber, entenderá, por exemplo, que a campanha é resultado de muita pesquisa?

Outro ponto muito importante para ser considerado é como garantir que as pessoas poderão confiar nas informações da sua campanha, ou seja, como passar para elas a mensagem de que, em meio ao perigo que a desinformação representa para o meio ambiente, a política ou a saúde, o conteúdo da campanha é verdadeiro, checado, tem base científica etc.?

Este é o momento de fazê-los(as) pensar sobre os aprendizados da Educação Midiática, que podem ser aplicados aqui.

DESENVOLVIMENTO

Feita a discussão inicial e o estímulo para a reflexão sobre os vários aspectos da pesquisa, verificação, produção, publicação e endereçamento de mídias, proponha a elaboração de uma carta de apresentação coletiva para enviar para destinatários mais formais, frases para serem utilizadas em *posts* em redes sociais e/ou legendas.

FECHAMENTO

Medie a elaboração dos textos. Divida a sala em grupos e proponha que cada grupo elabore uma versão de cada texto decidido pela turma (carta, frases, legendas etc.). Para a revisão, peça que compartilhem os textos (impressos, por *e-mails* ou nuvem) e sugira que um grupo valide e colabore com o texto do outro.



Para finalizar a aula, peça que voltem ao **Diário de Bordo** para deixar seus registros sobre o aprendizado e as reflexões do dia.

Aula 31 - Meio ambiente em perigo

Objetivo:

- Planejar coletivamente a divulgação da campanha, considerando as referências consultadas durante todo o processo.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*, equipamentos para a produção e exploração dos diferentes gêneros midiáticos
- **Atividades:** discutir, refletir, argumentar, analisar e interrogar a informação.
- **Referências para o(a) professor(a):**

- **Texto:** Guia da Educação Midiática

- **Site:** EducaMídia.org.br

- **Referências para os(as) estudantes:**

Vídeo: [Educação Midiática no Dia a Dia: Participação cidadã.](#)

ATIVACÃO

Faça uma enquete com os(as) estudantes:

- De todas as referências utilizadas durante suas pesquisas, para quem ou para qual instituição, revista, *site*, *blog*, vocês gostariam de apresentar essa campanha?

Proponha que retomem o Diário de Bordo, busquem em seus registros essas referências que surgiram e que se destacaram como confiáveis e engajadas na causa do meio ambiente e elaborem uma lista.

DESENVOLVIMENTO

Proponha que os(as) estudantes discutam como se sentiriam se o trabalho deles(as) fosse enviado para essas pessoas ou instituições e alguém respondesse ou compartilhasse com seus contatos?

Escreva na lousa a pergunta: Como fazer contato pela *internet* com uma pessoa que não conhecemos? Como fazer contato com uma instituição? Trace caminhos e possibilidades indicadas pelos(as) estudantes (nome, perfil em rede social, local de trabalho, serviço de apoio ao cliente, ao cidadão - são muitas as hipóteses que os(as) estudantes podem levantar).

Além disso, inclua na discussão um ponto cada vez mais importante na época da enorme exposição das pessoas nas redes sociais, como afinal saber se uma pessoa é quem ela diz ser. Para isso, peça que os(as) estudantes vejam suas anotações ou assistam novamente ao vídeo [Educação Midiática no Dia a Dia: Participação cidadã.](#)

Retome os grupos e proponha que testem suas hipóteses por meio de uma pesquisa. Divida a lista de nomes levantados no início da aula e sugira que busquem diferentes formas de contato com essas pessoas: *e-mail*, perfis em redes sociais, *blogs*, contato com a instituição de trabalho – revistas universidades, jornais, emissoras de TV, entre outras. Se necessário, indique outros nomes ou permita que procurem outras pessoas de referência que não apareceram nas pesquisas, mas que demonstram preocupação com o meio ambiente: escritores, poetas, cantores, entre outros.

Junte o resultado de todas as pesquisas e monte uma lista para a próxima aula. Separe de acordo com o tipo de contato: *Twitter*, *Instagram*, *SnapChat*, *InstagramStories*, *Facebook*, *Whatsapp*, *YouTube*, *Facebook Messenger*, *Site*, *Blog*, *E-mail*, *canais de contato de editoras e universidades*, *carta ao leitor*, *canais de contato com órgãos públicos e representantes políticos*.

FECHAMENTO

A atividade final da aula envolve reflexão sobre o aprendizado, hábito que esta Eletiva, certamente, ajudou a construir. Pergunte aos(as) estudantes como se sentiram diante do desafio de tentar o contato com alguém que admiram para apresentar seu trabalho e que expectativas têm com a divulgação da campanha construída com muito trabalho, pesquisa, estudo coletivo e colaborativo.



Para finalizar a aula, peça que voltem ao **Diário de Bordo** para deixar seus registros sobre o aprendizado e as reflexões do dia.

Aula 32 - Meio ambiente em perigo

Objetivos:

- Auxiliar na divulgação da campanha para os diferentes públicos já elencados pelos(as) estudantes;
- Analisar os registros do Diário de Bordo;
- Ouvir sobre a percepção dos(as) estudantes em relação ao trabalho realizado na Eletiva.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** discutir, refletir, argumentar.
- **Referências para o(a) professor(a):**
 - **Texto:** Guia da Educação Midiática
 - **Site:** EducaMídia.org.br

ATIVIZAÇÃO

Compartilhe os arquivos finais da campanha em nuvem. Divida a lista de contatos entre os grupos e solicite que disparem as publicações para a divulgação do trabalho. Estabeleça rotinas de acompanhamento e monitoramento das postagens, no sentido de avaliar o engajamento e responder aos possíveis retornos.

DESENVOLVIMENTO

Discussão: proponha que os(as) estudantes, em duplas ou individualmente, retomem seu Diário de Bordo, página por página, e anotem numa folha separada momentos marcantes, confortáveis, desconfortáveis, grandes descobertas, possíveis dúvidas, grandes desafios e sugira que conversem entre si.

Depois, inicie uma conversa coletiva. Questione sobre detalhes de todo o processo de construção do conhecimento sobre o meio ambiente, sobre educação midiática, sobre o processo de criação dos diferentes gêneros midiáticos, a organização da campanha de conscientização e sobre o trabalho coletivo e colaborativo. Guie a conversa sempre com perguntas: quais textos gostaram mais de produzir, quais as melhores leituras, quais informações foram totalmente novas, e assim por diante.

Sobre o trabalho colaborativo, solicite que indiquem os aspectos positivos e negativos e como resolveram situações mais complicadas. Peça que retomem as **Aulas 9, 17**, nas quais foram apresentadas propostas de ajuste nas dinâmicas, na organização e na estrutura dos grupos. Como você reagiu? Quais registros fez? Se quiser, compartilhe com seus colegas.

Solicite que retomem um dos registros feitos na **Aula 1** ao responder à pergunta: “QUAIS EXPECTATIVAS VOCÊ TEM EM RELAÇÃO À EDUCAÇÃO MIDIÁTICA?”

Perceba se todos estão à vontade para se manifestar oralmente e questione:

QUEM TEVE SUAS EXPECTATIVAS ATINGIDAS? Quais eram?

SUPERADAS? Em quê?

QUEM NÃO TEVE SUAS EXPECTATIVAS ATINGIDAS? Gostaria de contar os motivos?

Registre as respostas da turma e verifique se elas correspondem ou validam suas próprias expectativas na condução dessa Eletiva.

Retome alguns conceitos trabalhados e converse com os(as) estudantes sobre o significado e a aplicação prática deles:

Desinformação: conteúdo falso, impreciso, tendencioso, distorcido ou fora de contexto, criado de forma intencional ou não. A desinformação pode ser resultado de um erro, de um dado incompleto ou de uma manchete mal escrita, o que acaba gerando a interpretação equivocada da informação. Mas, pode nascer da intenção de enganar, tendo como possíveis motivações ganhar dinheiro ou conquistar apoio para uma determinada causa ou ideia. A desinformação também pode ter origem no baixo letramento informacional dos próprios leitores – é o que ocorre, por exemplo, quando um conteúdo humorístico é confundido com uma informação real ou quando o leitor vê apenas o título, não consumindo o restante da notícia, que traz um retrato mais completo do assunto. A desinformação, amplificada nas redes sociais, tem o potencial de atrapalhar os mecanismos que garantem a democracia.

Fake news: informação falsa, parcialmente adulterada, manipulada, com contexto ou imagem alterada, produzida com a intenção de enganar, confundir e manipular o leitor. As *fake news* tentam “pegar carona” na credibilidade de veículos jornalísticos conhecidos e, geralmente, são divulgadas por canais que tentam imitar o visual, o nome, o endereço eletrônico e/ou o *slogan* de jornais confiáveis. O termo *fake news* tem sido criticado por pesquisadores, em primeiro lugar por representar um contrassenso: se algo é “notícia”, pressupõe-se que seja informação produzida dentro dos padrões éticos e de confiabilidade do jornalismo; se é falso, portanto, não pode ser chamado de notícia. Outro problema, é que o termo se popularizou a ponto de ser usado sem muito critério, inclusive como sinônimo para “toda e qualquer informação que me desagrade ou contraria”. O fenômeno das *fake news* tem se agravado em nossa sociedade, podendo ter consequências sérias. As notícias falsas já influenciaram eleições e causaram episódios de violência em diversos lugares do mundo.

Bolha informacional: ambiente, especialmente *on-line*, em que as pessoas são expostas apenas a informações alinhadas às suas crenças e ideais, e em que trocam conteúdo apenas com quem tem opiniões semelhantes. No extremo, o fenômeno das “bolhas” faz com que as pessoas não tenham contato com opiniões divergentes, impedindo uma visão mais ampla e plural da realidade.

A “bolha” é reforçada pela forma como as plataformas sociais funcionam: a partir de nossos hábitos e pesquisas na *internet*, os algoritmos, que podem ser descritos como uma sequência finita de ações executáveis e têm como objetivo obter uma solução para um determinado tipo de problema, conseguem identificar nossos gostos e opiniões e nos apresentam mais conteúdo desse tipo, buscando maior engajamento.

Este fenômeno é agravado pelo chamado “viés de confirmação” – a tendência natural que temos de lembrar, interpretar ou pesquisar por informações de maneira a confirmar nossas crenças ou hipóteses iniciais.

No limite, a “bolha” contribui para agravar a polarização da sociedade e tornar o debate menos saudável.

Conteúdo viral: um conteúdo viral é aquilo que é divulgado e compartilhado por muita gente e ganha ampla repercussão na *internet*. Pode ser um vídeo, um áudio, GIF ou imagem. É um termo relacionado à palavra ‘vírus’, por ter o poder de se espalhar rapidamente. Também usado como verbo, exemplo: “a foto viralizou nas redes sociais”.

Um meme é um tipo particular de informação viral: é uma ideia ou conceito disseminada de forma visual e sucinta, geralmente com tom de sátira ou humor e que circula com rapidez pela *internet*.

Curtir, comentar, compartilhar: formas de relacionamento e participação que caracterizam as mídias sociais, geralmente descritas como “engajamento”. O engajamento do usuário é valioso para as plataformas, pois fornece informações que ajudam os algoritmos a compor seu perfil e enviar anúncios ou mensagens extremamente personalizados; é valioso também para as marcas, pois um consumidor engajado ajuda na sua divulgação.

É, por isso, que as plataformas valorizam os conteúdos que promovem mais engajamento, no que se convencionou chamar de “economia da atenção”. Ao interagir com um conteúdo, você deixa rastros no ambiente digital. Além disso, ao curtir ou compartilhar um *post* você está endossando aquele determinado conteúdo - é como se você “assinasse embaixo”. Portanto, é preciso atuar nas mídias sociais com consciência do seu papel e do impacto das suas palavras e ações.

FECHAMENTO:

Se esta é a última aula da Eletiva, ela fecha com um último registro no Diário de Bordo.

Peça que os(as) estudantes contem, depois de todo caminho percorrido explorando a educação midiática, como se sentem em relação à sua própria percepção sobre as mensagens, informações e notícias que recebem e enviam no dia a dia?

Será que eles(as) se sentem mais seguros(as) agora, depois de terem aprendido a lidar com informação de forma sempre atenta e reflexiva? Sentem-se mais preparados para detectar uma *fake news*?

Por fim, questione se eles(as) percebem mudanças ao curtir, comentar e compartilhar o que leem ou assistem. E que tipo de aprendizado acreditam ser importante compartilhar em casa e com amigos.



Para finalizar a aula, peça que voltem ao **Diário de Bordo** para deixar seus registros sobre o aprendizado e as reflexões do dia.

GLOSSÁRIO

Algoritmo

Sequência de ações para solucionar determinado tipo de problema. Usado na ciência da computação, funciona como uma “receita” para executar tarefas similares.

Apuração jornalística

Uma das etapas do processo jornalístico. Nela, o repórter coleta informações e documentos, faz entrevistas e busca qualquer outro tipo de conteúdo que possa servir para a elaboração de uma reportagem.

Bolha informacional/bolha de informação

Ambiente, especialmente *on-line*, em que as pessoas são expostas apenas a informações e opiniões que confirmam aquilo em que já acreditavam. A bolha informacional é um viés construído pelos algoritmos a partir de nossos hábitos e pesquisas na *internet*.

Blog

Canal de comunicação na *internet*, que permite atualização rápida. Originalmente, o termo era associado a uma espécie de “diário” na rede.

Caça-cliques (ver *click-bait*)

Conteúdo produzido com o objetivo de ganhar cliques na *internet*. Geralmente, aparece sob a forma de títulos chamativos ou sensacionalistas, que despertam a curiosidade e aumenta o número de acessos a um determinado *site*.

Câmara de eco (*echo chamber*)

Situação em que ideias, opiniões e crenças são reforçadas pela repetição dentro de um grupo. A expressão é uma alusão à câmara de eco acústica, em que os sons reverberam dentro de uma caixa oca. Nesses ambientes, pontos de vista diferentes não têm vez: são pouco representativos ou mesmo removidos.

Checagem de informações (ver *fact-checking*)

Método jornalístico para verificar se uma determinada informação é confiável. Nas agências de checagem, os jornalistas pesquisam como a informação surgiu e de que maneira pode ser confirmada -- a partir daí,

costumam criar “selos” para classificá-la em categorias como verdadeira, falsa, exagerada, desatualizada, fora de contexto etc.

***Click-bait* (ver caça-cliques)**

Conteúdo produzido com o objetivo de ganhar cliques na *internet*. Geralmente, aparece sob a forma de títulos chamativos ou sensacionalistas, que despertam a curiosidade e aumenta o número de acessos a um determinado *site*.

Cookies

Arquivos que armazenam temporariamente o que está sendo feito por nós na *internet*, como o endereço de *e-mail*, os termos pesquisados no Google, a cidade onde a rede está sendo acessada etc.

Conteúdo patrocinado (*branded content*)

Publicidade feita a partir da criação de algum conteúdo jornalístico ou de serviço para “empacotar” o produto, a marca ou o conceito que se deseja anunciar. Tem o propósito de contextualizar o produto, alinhando-o ao estilo de vida ou interesses de seu público.

Copyleft

Direito de distribuir gratuitamente cópias e versões modificadas de trabalhos, desde que os mesmos direitos sejam preservados nos trabalhos criados a partir dos originais. É o oposto do *copyright*.

Copyright

Direito exclusivo do autor, compositor ou editor de imprimir, reproduzir ou vender sua obra literária, artística ou científica. Também chamado de direito autoral.

Curadoria

Processo de seleção e organização de conteúdo. Funciona como uma espécie de “filtro” de qualidade aplicado sobre um conjunto muito extenso de opções.

Dark web / deep web

Área da *internet* que não pode ser encontrada pelos métodos tradicionais (sistemas de busca ou endereço do *site*). Para acessar um *site* “*dark*” é necessário usar *softwares*, configurações e autorizações especiais e, por isso, esse é um ambiente propício para o anonimato e para abrigar conteúdos controversos.

Desinformação

Conteúdo falso, impreciso, tendencioso, distorcido ou fora de contexto, criado de forma intencional ou não.

Deep fake (ver mídia sintética)

Desinformação sofisticada e altamente convincente produzida a partir de recursos tecnológicos avançados, como Inteligência Artificial e *videomapping*. Como exemplo, vídeos digitalmente manipulados em que a boca ou o rosto de uma pessoa parecem transmitir, de forma muito convincente, algo que na verdade foi dito por outra pessoa (com sincronização de movimentos labiais e expressões).

Deep learning

Um dos métodos de “treinamento” de computadores para realizar tarefas como seres humanos.

Discurso de ódio (*hate speech*)

Tom ameaçador, abusivo ou preconceituoso adotado contra um determinado grupo, principalmente em ambientes *on-line*, como redes sociais. Pode aparecer sob a forma de ataques baseados em raça, religião, orientação sexual e dificuldades física ou mental.

Edição

Processo de verificação, checagem e/ou organização de textos, fotos ou vídeos durante a criação de mídias. Parte de um material amplo até chegar à versão final, que será apresentada ao público. Pressupõe recortes e escolhas por parte do editor.

Editoração

Processo de preparação de originais (textos e imagens) para reprodução em livros digitais ou impressos. Inclui revisão, formatação do texto, diagramação e fechamento dos arquivos para impressão em gráfica ou publicação em forma de *e-book*.

Editoria

Seção de um jornal ou veículo de comunicação que trata de um tema específico, geralmente com equipe própria. São exemplos de editoria: política, esportes, economia, educação, cidades, notícias internacionais, cultura etc.

Editorial

Texto de opinião apresentado pelo editor-chefe de um veículo de mídia ou assinado pela empresa. Expressa a opinião do editor ou a posição institucional.

Educação Midiática

Conjunto de habilidades para acessar, analisar, criar e participar de maneira crítica do ambiente informacional e midiático em todos os seus formatos - dos impressos aos digitais -, como requisito fundamental para a formação do cidadão e para o fortalecimento da democracia.

Fact-checking (ver checagem de informações)

Método jornalístico para verificar se uma determinada informação é confiável. Nas agências de checagem, os jornalistas pesquisam como a informação surgiu e de que maneira pode ser confirmada - a partir daí, costumam criar “selos” para classificá-la em categorias como verdadeira, falsa, exagerada, desatualizada, fora de contexto etc.

Fake news

Informação falsa produzida com a intenção de enganar. As *fake news* tentam “pegar carona” na credibilidade de veículos jornalísticos conhecidos e, geralmente, são divulgadas por canais que tentam imitar o visual, o nome e/ou o *slogan* de jornais sérios.

(O uso do termo tem sido criticado por pesquisadores depois que começou a ser usado como sinônimo para “toda e qualquer informação que me desagrade ou contraria”.)

Jornalismo

Atividade de busca e divulgação de informações de interesse público. O trabalho do jornalista atende alguns protocolos ou regras, como confirmação de dados com fontes qualificadas, autoria conhecida e responsabilidade por aquilo que está sendo informado.

Jornalismo cidadão

Informações coletadas por cidadãos e divulgadas em canais próprios ou enviadas aos veículos de mídia para verificação e publicação. São exemplos os eventos noticiosos capturados em vídeos por leitores.

Hipertexto

Forma de escrita e leitura não-linear, que permite o acesso ilimitado a outros textos por meio de *links*.

Influenciadores digitais (*influencers*)

São pessoas com muitos seguidores nas redes sociais e, portanto, com a capacidade de influenciar comportamentos e potenciais compradores de um produto ou serviço, promovendo ou recomendando os itens.

Lei de acesso à informação

[Lei](#) que assegura o direito de acesso a informações produzidas ou armazenadas por órgãos e entidades dos três poderes (Executivo, Judiciário e Legislativo) e de todas as esferas do governo (União, Estados e municípios). Estabelece que o governo deve fornecer informações requeridas pelos cidadãos em prazos determinados, além de publicar espontaneamente informações de interesse coletivo.

Liberdade de expressão

Direito fundamental do ser humano de expressar e compartilhar suas opiniões e ideias sem temer retaliação ou censura de qualquer natureza. No Brasil, a liberdade de expressão é garantida pelo artigo 5º da Constituição Federal.

Lide/lead

Trecho de abertura de uma informação jornalística. Tem como objetivo resumir o que de mais importante está sendo tratado e atrair o interesse do público para continuar lendo, assistindo ou ouvindo aquela informação.

Meme

Ideia ou conceito que circula com rapidez pela *internet*, geralmente de forma visual e com tom de humor. Tem o potencial de ser remixado.

Mídias

Canais de comunicação de uma informação ou mensagem. Podem ser revistas, livros, *internet*, rádio, TV, panfletos, fotografias, imagens, filmes etc.

Navegação anônima

Recurso dos navegadores de *internet* que permite acessar *sites* sem deixar rastros, como o histórico de navegação ou arquivos temporários, no computador que está sendo utilizado naquele momento.

Notícia

Tipo de informação que atende alguns requisitos específicos, como ser nova e de interesse público.

Pauta

Relação de assuntos ou temas que nortearão o trabalho jornalístico. Em geral, a pauta é definida em uma reunião a partir da qual o jornalista começará a executar seu trabalho de apuração e checagem.

Pegada digital (ver rastro digital)

Conjunto de dados e informações registrados a cada clique nosso na *internet*. Informações sobre nosso perfil e preferências coletados a partir de *sites* visitados, postagens em redes sociais, compartilhamentos, curtidas etc.

Phishing

Tipo de armadilha ou fraude virtual, com o objetivo de “pescar” informações e dados pessoais importantes (como nomes de usuário e senhas) por meio de mensagens falsas.

Pirâmide invertida

Técnica para estruturar o texto jornalístico. As informações mais relevantes devem aparecer logo no início (o que aconteceu, quando, como, onde e por quê). Na sequência, são apresentados detalhes importantes e só depois surgem outras informações gerais e contexto.

Rastro digital (ver pegada digital)

Conjunto de dados e informações registrados a cada clique nosso na *internet*. Informações sobre nosso perfil e preferências coletados a partir de *sites* visitados, postagens em redes sociais, compartilhamentos, curtidas etc.

Rede social

Sites ou aplicativos que permitem se conectar a uma rede de usuários, além de criar e compartilhar conteúdo em diversos formatos (fotos, vídeos, textos). É também um canal pelo qual é possível participar de uma “comunidade virtual”.

Sensacionalismo

Forma chamativa e muitas vezes exagerada de apresentar uma informação, com o objetivo de vender algo, ganhar a atenção do público e gerar cliques, por exemplo.

Storytelling

Capacidade de transmitir uma mensagem ou informação como se fosse uma “contação de história”, com o objetivo de atrair a atenção do público.

URL

Endereço de um *site* na *internet*. É a abreviação do termo em inglês *Uniform Resource Locator*.

Veículo de comunicação

Empresa que divulga notícias, como as emissoras de rádio e TV, os jornais, os *sites* noticiosos e as revistas.

Viés de confirmação

Tendência a apreciar, lembrar e acreditar no que confirma nossas crenças ou ideias preestabelecidas em detrimento do que confronta nossos conceitos.

Viral

Aquilo que é divulgado e compartilhado por muita gente e ganha ampla repercussão na *internet*. É um termo relacionado à palavra ‘vírus’, também usado como verbo (exemplo: “a foto viralizou nas redes sociais”).

Vlog

Abreviação de *videoblog*. Conteúdo produzido e apresentado, predominantemente, por meio de vídeos.

Aprendizagem Baseada em Projetos e Investigação

Posturas pedagógicas centradas na criatividade e na construção de conhecimento pelo(a) estudante (mais do que na transmissão de ideias e conceitos pelo professor) estão diretamente conectadas às propostas da educação midiática. No ambiente de intensa circulação de informações em que vivemos e diante de tantas possibilidades, é fundamental instigar crianças e jovens a “aprender a aprender”.

Nesse contexto, o PBL (*project-based learning*, na sigla em inglês) é uma postura pedagógica que entende a aprendizagem como um processo social e transdisciplinar, que busca diminuir o abismo entre as experiências na escola e as do mundo real.

Um problema para investigar ou uma questão para explorar funcionam como gatilho para que os(as) estudantes pesquisem, discutam, formulem hipóteses, busquem e organizem dados e demonstrem suas descobertas.

Ao contrário da aula mais tradicional, em que conceitos e princípios são transmitidos aos(às) estudantes, no PBL são eles próprios(as) que traçam um caminho até chegar às conclusões necessárias.

Nesse percurso, o conteúdo curricular deixa de ser um fim em si mesmo e transforma-se em algo aplicável que interage com a realidade.

De maneira similar, a aprendizagem baseada em investigação (*inquiry-based learning*, na sigla em inglês) faz com que o(a) estudante parta de uma pergunta ou curiosidade para investigar e construa sua própria trilha em direção ao conhecimento.

Com isso, além de aprender o tema curricular, os jovens e crianças têm a oportunidade de desenvolver outras habilidades – como as relacionadas ao pensamento crítico, comunicação eficiente, trabalho em equipe, busca e curadoria de informações etc. Daí, a forte conexão com a educação midiática: em sua trajetória, os(as) estudantes aprendem também a acessar, pesquisar, filtrar e produzir no ambiente

informacional e midiático. Alguns pontos de atenção para os projetos que levam em conta essas metodologias:

- Um problema ou pergunta engajadora torna a aprendizagem mais significativa. Porém, é importante chegar ao equilíbrio: desafiar (as) estudantes, mas não os(as) intimidar;
- Investigar é mais complexo que “procurar algo”. Demanda tempo, além de habilidades para avaliar a confiabilidade e fazer a curadoria das informações pesquisadas;
- É importante que os(as) estudantes tenham voz ao longo do processo, participando das decisões sempre que possível e tendo abertura para propor caminhos;
- Além de aprender com o projeto em si, reservar um tempo para refletir sobre ele é essencial. Assim, os(as) estudantes terão oportunidade de internalizar os conhecimentos construídos ao longo do percurso e avaliar o próprio percurso (o que funcionou e o que não funcionou);
- Por fim, ter a chance de publicar ou de apresentar-se para uma audiência real fortalece o engajamento dos(as) estudantes e ajuda a desenvolver habilidades importantes de autoexpressão e participação na sociedade.

Referências

BRASIL, MEC. *Base Nacional Comum Curricular – BNCC*, versão aprovada pelo CNE, novembro de 2017. Disponível em: basenacionalcomum.mec.gov.br/wpcontent/uploads/2018/02/bncc-20dez-site.pdf.

Buckingham, David. *The Media Education Manifesto*, Polity, 2019

Guia da Educação Midiática. Ana Claudia Ferrari, Mariana Ochs, Daniela Machado. – 1. ed. – São Paulo: Instituto Palavra Aberta, 2020.

Cetic. *Crianças e adolescentes conectados ajudam os pais a usar a Internet, revela TIC Kids Online Brasil*. TIC Kids Online Brasil, 2019. Disponível em: cetic.br/pt/noticia/criancas-e-adolescentes-conectados-ajudam-os-pais-a-usar-a-internet-revela-tic-kids-on-line-brasil

Hobbs, Renee. *Create to Learn*, Wiley Blackwell, 2017

Johnson, Clay. *A dieta da informação*, Novatec, 2012

Pariser, Eli. *O filtro invisível: O que a internet está escondendo de você*. Zahar, 2012

Ochs, Mariana. *MídiaMakers Papers #1: Introdução à educação midiática*, 2a edição, abril 2019. Disponível em: midiamakers.org/publicacoes

Ochs, Mariana. *MídiaMakers Papers #2: Educação para a Informação*, maio 2019. Disponível em: midiamakers.org/publicacoes

OMS. Infodemia: *Immunizing The Public Against Misinformation*. Disponível em:
unfoundation.org/blog/post/immunizing-the-public-against-misinformation

Elaboração:

Instituto Palavra Aberta

Conteúdo produzido para a Secretaria de Educação do Estado de São Paulo pelo EducaMídia - programa e Educação Midiática do Instituto Palavra Aberta.

Presidente Executiva

Patricia Blanco

Gerente Executiva

Saula Ramos

Autoras

Ana Claudia Ferrari

Flávia Aidar

Januária Cristina Alves

Revisão Final

Secretaria da Educação do Estado de São Paulo

Coordenadoria Pedagógica

Isis Fernanda Ferrari - CEM/PEI

Lucifrance Elias Carvalhar - CEM/PEI



O Instituto Palavra Aberta, com apoio do Google.org, coordena o projeto EducaMídia e está licenciada com uma Licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional.