



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	Ensino Médio
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 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

EM13LGG101 - Compreender e analisar processos de produção e circulação de discursos, nas diferentes linguagens, para fazer escolhas fundamentadas em função de interesses pessoais e coletivos.

EM13LGG102 - Analisar visões de mundo, conflitos de interesse, preconceitos e ideologias presentes nos discursos veiculados nas diferentes mídias, ampliando suas possibilidades de explicação, interpretação e intervenção crítica da/na realidade.

EM13LGG103 - Analisar o funcionamento das linguagens, para interpretar e produzir criticamente discursos em textos de diversas semioses (visuais, verbais, sonoras, gestuais).

EM13LGG105 - Analisar e experimentar diversos processos de remediação de produções multissemióticas, multimídia e transmídia, desenvolvendo diferentes modos de participação e intervenção social.

EM13LGG704 - Apropriar-se criticamente de processos de pesquisa e busca de informação, por meio de ferramentas e dos novos formatos de produção e distribuição do conhecimento na cultura de rede.

EM13LP01 - Relacionar o texto, tanto na produção como na leitura/escuta, com suas condições de produção e seu contexto sócio-histórico de circulação (leitor/audiência previstos, objetivos, pontos de vista e perspectivas, papel social do autor, época, gênero do discurso etc.), de forma a ampliar as possibilidades de construção de sentidos e de análise crítica e produzir textos adequados a diferentes situações.

EM13LP06 - Analisar efeitos de sentido decorrentes de usos expressivos da linguagem, da escolha de determinadas palavras ou expressões e da ordenação, combinação e contraposição de palavras, dentre outros, para ampliar as possibilidades de construção de sentidos e de uso crítico da língua.

EM13LP11 - Fazer curadoria de informação, tendo em vista diferentes propósitos e projetos discursivos.

EM13LP31 - Compreender criticamente textos de divulgação científica orais, escritos e multissemióticos de diferentes áreas do conhecimento, identificando sua organização tópica e a hierarquização das informações, identificando e descartando fontes não confiáveis e problematizando enfoques tendenciosos ou superficiais.

EM13LP38 - Analisar os diferentes graus de parcialidade/imparcialidade (no limite, a não neutralidade) em textos noticiosos, comparando relatos de diferentes fontes e analisando o recorte feito de fatos/dados e os efeitos de sentido provocados pelas escolhas realizadas pelo autor do texto, de forma a manter uma atitude crítica diante dos textos jornalísticos e tornar-se consciente das escolhas feitas como produtor.

EM13LP40 - Analisar o fenômeno da pós-verdade – discutindo as condições e os mecanismos de disseminação de fake news e também exemplos, causas e consequências desse fenômeno e da prevalência de crenças e opiniões sobre fatos –, de forma a adotar atitude crítica em relação ao fenômeno e desenvolver uma postura flexível que permita rever crenças e opiniões quando fatos apurados as contradisserem.

EM13LP41A - Analisar os processos humanos e automáticos de curadoria que operam nas redes sociais e outros domínios da internet.

EM13LP41B - Comparar os feeds de diferentes páginas de redes sociais e discutir os efeitos desses modelos de curadoria, de forma a ampliar as possibilidades de trato com o diferente e minimizar o efeito bolha e a manipulação de terceiros.

EM13LP42- Acompanhar, analisar e discutir a cobertura da mídia diante de acontecimentos e questões de relevância social, local e global, comparando diferentes enfoques e perspectivas, por meio do uso de ferramentas de curadoria (como agregadores de conteúdo) e da consulta a serviços e fontes de checagem e curadoria de informação, de forma a aprofundar o entendimento sobre um determinado fato ou questão, identificar o enfoque preponderante da mídia e manter-se implicado, de forma crítica, com os fatos e as questões que afetam a coletividade.

EM13LP28 - Organizar situações de estudo e utilizar procedimentos e estratégias de leitura adequados aos objetivos e à natureza do conhecimento em questão.

EM13LP30 - Realizar pesquisas de diferentes tipos (bibliográfica, de campo, experimento científico, levantamento de dados etc.), usando fontes abertas e confiáveis, registrando o processo e comunicando os resultados, tendo em vista os objetivos pretendidos e demais elementos do contexto

de produção, como forma de compreender como o conhecimento científico é produzido e apropriar-se dos procedimentos e dos gêneros textuais envolvidos na realização de pesquisas.

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: Muito além das FAKE NEWS (08 subtemas)

Exemplo de temas a serem abordados: informação X desinformação; o impacto das mídias digitais na propagação das notícias falsas, conteúdo patrocinado etc.

BLOCO 02: Muitos jeitos de dizer (08 subtemas)

Exemplo de temas a serem abordados: trabalhar com formatos de mídia (áudio, vídeo, texto, colagens, memes, dados, gráficos etc.), mecanismos de buscas e pesquisa.

BLOCO 03: Você nas redes: curtir, comentar e compartilhar (08 subtemas)

Exemplos de temas a serem abordados: cidadania digital, discurso de ódio, bolha informacional, viés de confirmação, privacidade, liberdade de expressão.

Objetos de Conhecimento(sugestões):

- Levantamento de hipóteses;
- Novas profissões.

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(as) estudantes, de modo que eles(as) 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 (MÍDIAMIGO).

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 ESCREVEREM 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 final, 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 estudantes.

As rubricas são ferramentas que permitem ao professor transmitir de maneira clara suas expectativas, e aos estudantes visualizar com que objetivos devem trabalhar. Como as rubricas também facilitam a

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.

autoavaliação, alguns pesquisadores apontam que os 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 estudantes na criação das rubricas ou convide-os 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 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.

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 **O universo informacional**
Objetivos:

	<ul style="list-style-type: none"> - Refletir sobre o fluxo da informação; - Entender o que são as mídias e como nos relacionamos com elas.
Aula 2	Como nos mantemos informados Objetivos: <ul style="list-style-type: none"> - Desenvolver atitude reflexiva e ativa diante da informação de modo a diferenciar os tipos de conteúdo a que estamos expostos; - Identificar notícia, sátira, opinião, publicidade ou conteúdo patrocinado, propaganda e outros, a fim de compreender a “intenção” de cada formato com o público.
Aula 3	O que acontece na rede em 60 segundos Objetivos: <ul style="list-style-type: none"> - Refletir sobre as mudanças tecnológicas e nossa presença cada vez maior na vida <i>on-line</i> para as mais variadas atividades; - Reconhecer a necessidade de se preparar para lidar com a Era da Abundância de Informação.
Aula 4	Como é meu consumo de mídia? Objetivo: <ul style="list-style-type: none"> - Refletir sobre a importância de ter uma postura mais ativa diante do consumo de informações, comparando a nutrição que buscamos nos alimentos à que também deveríamos buscar nas informações.
Aula 5	Que dieta informacional quero seguir? Objetivo: <ul style="list-style-type: none"> - Reconhecer a importância de escolher as informações que vamos consumir e o que vamos compartilhar nas redes a partir da análise da "dieta informacional" de cada um.
Aula 6	Com grandes poderes vem grande responsabilidade Objetivo: <ul style="list-style-type: none"> - Refletir sobre fontes e confiabilidade, reconhecendo o potencial corrosivo da desinformação na sociedade.
Aula 7	Por que é tão difícil avaliar a qualidade da informação? Objetivo: <ul style="list-style-type: none"> - Refletir sobre fontes e confiabilidade, reconhecendo o potencial corrosivo da desinformação na sociedade.
Aula 8	Perguntar é preciso Objetivo:

	- Ajudar os(as) estudantes a compreenderem que quanto mais criticamente se relacionam com as mídias, mais natural será para fazerem perguntas e enxergarem que toda mensagem tem um autor e um propósito.
Aula 9	Muito além das "fake news" Objetivo: - Discutir as nuances da desinformação explorando as causas e consequências do fenômeno contemporâneo da poluição informacional.
Aula 10	Afinal, de onde vem essa história? Objetivo: - Entender que o fenômeno da disseminação de notícias falsas, embora antigo, ganhou outra proporção no universo informacional atual.
Aula 11	Se fake news já circulavam no passado, o que mudou? Objetivo: - Comparar a mídia digital com a tradicional para refletir sobre o potencial explosivo da desinformação na sociedade contemporânea.
Aula 12	Quando a epidemia gera uma infodemia Objetivo: - Aprofundar a discussão sobre fake news analisando exemplos e estratégias de divulgação de notícias falsas envolvendo informações sobre Covid 19.
Aula 13	Vacinas e o campo fértil da desinformação Objetivo: - Aprofundar a discussão sobre fake news analisando exemplos e estratégias de divulgação de notícias falsas envolvendo informações sobre Covid 19.
Aula 14	Você sabe mesmo fazer uma busca? Objetivo: - Aprender a acessar, filtrar e compreender a informação disponível em uma busca.
Aula 15	Será que posso confiar no que vejo? Objetivo: - Entender que não só textos escritos podem ser manipulados e aprender a fazer verificação de imagens.
Aula 16	Olhos e ouvidos podem ser manipulados? Objetivo:

	<p>- Compreender o alcance dos avanços tecnológicos para alteração de vídeos por meio da inteligência artificial.</p>
Aula 17	<p>Checar os fatos não é só tarefa de jornalistas</p> <p>Objetivo:</p> <p>- Explorar como agências de verificação fazem suas checagens e aprender estratégias de combate à desinformação.</p>
Aula 18	<p>#Eu checo antes de compartilhar!</p> <p>Objetivo:</p> <p>- Explorar os mecanismos de checagem de informações por agências de verificação e praticar estratégias de combate à desinformação, reconhecendo o papel de cada um neste processo.</p>
Aula 19	<p>O que há por trás das nossas interações na rede</p> <p>Objetivo:</p> <p>- Conhecer o funcionamento dos algoritmos como engrenagem básica da <i>internet</i> e das redes sociais e entender o impacto que tem na forma como vemos o mundo.</p>
Aula 20	<p>Será que todo mundo vive numa bolha?</p> <p>Objetivo:</p> <p>- Compreender a ameaça que os filtros de personalização criados pelos algoritmos representam para nossa percepção do mundo.</p>
Aula 21	<p>Com qual meme que eu vou?</p> <p>Objetivo:</p> <p>- Apresentar o meme como uma linguagem articulada com elevado potencial de promover uma comunicação eficiente, oferecendo subsídios para um processo de leitura crítica.</p>
Aula 22	<p>No laboratório de memes</p> <p>Objetivo:</p> <p>- Analisar e criar memes, refletindo sobre seu papel no universo da informação.</p>
Aula 23	<p>Números que contam histórias</p> <p>Objetivo:</p> <p>- Demonstrar que interagimos com gráficos e estatísticas o tempo todo e em diversos veículos e que estes dados em forma de imagem servem para informar, persuadir e, ocasionalmente, desinformar.</p>
Aula 24	<p>Os detalhes que podem enganar (continuação gráficos)</p> <p>Objetivo:</p>

	- Analisar narrativas com dados e praticar leitura reflexiva de dados e infografia.
Aula 25	Minha voz nas redes Objetivo: - Entender as linguagens próprias das redes sociais e as oportunidades de engajamento, mobilização e participação por meio delas.
Aula 26	Criar para mobilizar Objetivo: - Criar campanhas de engajamento ou utilidade pública, praticando a análise e a autorreflexão enquanto autor.
Aula 27	Quem é quem nas redes sociais Objetivo: - Documentar e analisar um influenciador (ou outro autor digital como divulgador científico, artista, escritor etc.) com forte presença nas redes sociais, de modo a examinar contexto, propósito, valores e escolhas do autor e de sua mensagem.
Aula 28	Influenciadores do bem Objetivos: - Refletir sobre o poder dos influenciadores e de que forma ele é utilizado; - Refletir sobre nossas próprias possibilidades e responsabilidades enquanto autores.
Aula 29	Criar para aprender Objetivo: - Compreender o papel que a criação de mídias tem na consolidação do aprendizado e explorar diferentes formas de demonstrar conhecimento.
Aula 30	Criar para aprender Objetivo: - Compreender o papel que a criação de mídias tem na consolidação do aprendizado e explorar diferentes formas de demonstrar conhecimento.
Aula 31	Criar para aprender Objetivo: - Compreender o papel que a criação de mídias tem na consolidação do aprendizado e explorar diferentes formas de demonstrar conhecimento.
Aula 32	Uma pessoa educada midiaticamente é... Objetivo:

- Refletir sobre os aprendizados da trilha e sintetizar aqueles que foram mais importantes.

Aula 1 - O universo informacional

Objetivos:

- Refletir sobre o fluxo da informação;
- Entender o que são as mídias e como nos relacionamos com elas.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo.
- **Atividades:** refletir, discutir, fazer lista e criar mapa mental.
- **Referências/recursos para o(a) professor(a):**
 - **Texto:** Educação midiática vai além da educação digital e tecnológica
- **Referências/recursos para os(as) estudantes:**
 - **Vídeo:** Educação Midiática no dia a dia: O universo da informação
 - **Vídeo:** Me Explica, Vai! - Educação Midiática

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!

Antes de entrar no desenvolvimento da aula, questione-os(as) sobre qual foi a primeira mídia com a qual interagiram hoje.

DESENVOLVIMENTO:

1. A partir das respostas da ativação, explore o significado de **mídia**. Esse conceito-chave refere-se a todos os canais e meios pelos quais é possível **transmitir informações ou mensagens para grandes audiências**. No contexto da educação midiática, as **MÍDIAS** não são apenas os veículos de comunicação, mas **qualquer coisa que traga uma mensagem, uma representação de mundo que é fruto da escolha de um autor com intenções específicas**. Justamente por isso, além de **sites, livros, revistas, rádio e TV**, também são mídias as **fotografias, filmes, músicas, panfletos, embalagens, camisetas, outdoors, anúncios, memes, videogames, posts, redes sociais etc.**
2. A constatação do que são as mídias deve surpreender os(as) estudantes, fazendo-os(as) perceber o impacto que têm sobre nós. Escreva a definição no quadro e desenhe duas colunas. De um lado, devem ficar **rádio, jornais, TV, sites**. Explique que nos referimos a esse grupo, ou seja, à imprensa, aos veículos de comunicação, como **mídia**, no singular. Na outra coluna, liste todas as outras mídias citadas. Explique que **tudo isso é mídia, pois transmite informações construídas por um autor, sendo parte de um universo informacional complexo e abundante, que precisamos aprender a decifrar.**

A mídia	Mídias
rádio, jornais, TV, <i>sites</i>	livros, fotografias, filmes, músicas, panfletos, embalagens, camisetas, outdoors, anúncios, memes, videogames, <i>posts</i> , redes sociais etc.

3. Afinal, qual é a nossa relação com as mídias?

Não é difícil perceber que vivemos em uma cultura multimídia, na qual as mensagens de mídia circulam ininterruptamente. Muitas vezes, nós as consumimos sem perceber ou sequer prestar atenção às informações que recebemos, principalmente em redes sociais ou aplicativos de mensagem, as quais repassamos. Mas é cada vez mais urgente aprender a fazer perguntas e questionar as informações, deixando de lado essa **desatenção e passividade diante delas**.

Se todo texto de mídia **carrega uma mensagem, uma representação de mundo que é fruto da escolha de um autor com intenções específicas, como garantir seu entendimento sem usar ferramentas adequadas para decifrá-lo? Sem questionar o que a mensagem quer nos dizer?**

Para que os(as) estudantes percebam o fluxo de informação que circula livremente e está ao alcance de todos, peça que pensem sobre um dia típico de suas vidas e façam uma lista de todas as mídias que veem, ouvem, reproduzem ou consomem, incluindo o tempo médio diário que gastam com cada uma. Este será o primeiro passo para que reflitam sobre seus **hábitos e consumo de mídia**.

** Nas aulas 4 e 5, essa atividade será aprofundada com uma análise mais atenta dos hábitos de consumo de mídia (a dieta informacional de cada um).*

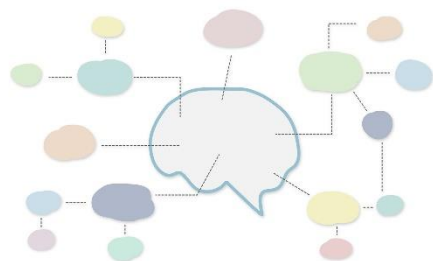
FECHAMENTO:

Com a lista em mãos 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, e 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!** Para terminar, peça que os(as) estudantes façam um mapa mental a partir da lista de mídias que produziram, com o tema "**Eu e as Mídias**". É importante que o mapa seja feito no caderno **Diário de Bordo** (veja a seguir), para que os(as) estudantes possam refletir sobre ele mais tarde.

Para saber mais: Os mapas mentais trazem o ponto de vista pessoal e a maneira como uma pessoa enxerga o mundo. Como explica a Nova Escola, a técnica consiste em uma espécie de resumo do conteúdo, por meio das informações principais em palavras-chave, desenhos ou pequenos ícones, que devem funcionar como uma âncora, que puxa o restante do conteúdo na memória. O mapa mental trabalha com comparações, síntese de informações e hierarquização.

Você pode acessar o artigo [aqui](#).



Crédito: Imagem de Biljana Jovanovic, Pixabay



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 - Como nos mantemos informados

Objetivos:

- Desenvolver atitude reflexiva e ativa diante da informação de modo a diferenciar os tipos de conteúdo a que estamos expostos;
- Identificar notícia, sátira, opinião, publicidade ou conteúdo patrocinado, propaganda e outros, a fim de compreender a “intenção” de cada formato com o público.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Plano de Aula:** O universo da informação (EducaMídia).
- **Atividades:** refletir, discutir, produzir mídias (texto, vídeo ou áudio).
- **Referências/recursos para o(a)professor(a):**
 - **Texto:** A informação como bem público
- **Referências/recursos para os(as) estudantes:**
 - **Vídeo:** Fonte | Onde nasce a notícia

ATIVAÇÃO:

Começamos esse segundo encontro retomando e aprofundando as discussões da aula anterior. Uma vez que os(as) estudantes já sabem que as mídias são construções e sempre carregam a intenção consciente ou não do autor, vamos entender os tipos de conteúdo que circulam nos canais pelos quais nos informamos. O plano

de aula **O universo da informação**, produzido pelo Programa EducaMídia, será o seu fio condutor nesta segunda aula.

Promova um debate para entender como cada um(a) se mantém informado(a):

- Os(as) estudantes buscam ativamente algum tipo de conteúdo *on-line* e *off-line*? Quais?
- Por meio de quais canais acompanham o que acontece de relevante no mundo?
- Que elementos procuram na informação para saber sua natureza (notícia, publicidade, humor etc.)?

DESENVOLVIMENTO:

A partir das respostas da ativação, retome a ideia de que precisamos ter uma atitude reflexiva diante das informações. Ao invés de simplesmente consumir passivamente tudo o que chega até nós, é preciso interrogar a informação (consultar a ficha do Project Look Sharp que está no PDF do plano de aula, [link aqui](#)).

Apresente aos(às) estudantes uma seleção de informações sobre determinado tema (na área de recursos do plano de aula, você encontrará sugestões com o tema “*Usain Bolt* e Atletismo”).

Peça que identifiquem a **principal intenção ou propósito** de cada recurso. Perguntas disparadoras:

- Que tipo de sentimento essa informação desperta em você?
- O que o autor deste conteúdo pretende comunicar?”

A seguir, explore o quadro:

Essa mensagem tem um propósito					
DOCUMENTAR <i>Informação bruta</i>	INFORMAR <i>Jornalismo</i>	INFLUENCIAR <i>Opinião</i>	PERSUADIR <i>Propaganda</i>	ENTRETER <i>Sátira ou Humor</i>	VENDER <i>Publicidade</i>
Dados, imagens e outros materiais sem verificação ou edição. Podem servir de ponto de partida para o jornalismo.	Atividade de busca, verificação e divulgação de informações de interesse público, a partir de fatos.	Avaliação pessoal sobre um determinado assunto. Pode ou não ser baseada em fatos.	Conteúdo pensado para influenciar (positiva ou negativamente) atitudes e comportamentos. Pode gerar mobilização.	Peças de humor ou sátira que podem ser construídas a partir de um fato, mas não têm compromisso com verificação ou veracidade.	Atividade de divulgação de produto, marca ou conceito, que pode se valer das emoções do público..

(Fonte: EducaMídia)

FECHAMENTO:

Apresente aos(às) estudantes os diferentes tipos de informação, de acordo com a intenção do autor.

Amplie a discussão convidando-os(as) a fazerem uma pesquisa sobre um determinado tema e, com os resultados encontrados, determinar a intenção de cada informação.

A partir de um tema pré-definido, peça que desenvolvam textos, vídeos ou áudios, se possível, com cada uma das intenções (noticiar, vender, persuadir, documentar, entreter etc.).

O quadro a seguir retoma o anterior e acrescenta exemplos de cada tipo de informação. Ele é um excelente recurso para a discussão e para os registros no **Diário de Bordo**. Ele também pode ser acessado [aqui](#).



QUE INFORMAÇÃO É ESSA? - A todo momento, uma avalanche de informações chega até nós. Saber diferenciar a "natureza" e a principal intenção de cada uma delas é o passo inicial para a leitura reflexiva.

	DESCRIÇÃO	INTENÇÃO	EXEMPLOS
INFORMAÇÃO BRUTA	Dados, imagens e outros materiais sem verificação ou edição. Podem servir de ponto de partida para o jornalismo.	Registrar ou documentar	Vídeo sem cortes e sem edição de um desfile de moda gravado por alguém da plateia.
JORNALISMO	Atividade de busca, verificação e divulgação de informações de interesse público, a partir de fatos.	Informar	Reportagem sobre a indústria de tecidos, a partir de dados do varejo e entrevistas com estilistas e fabricantes.
OPINIÃO	Avaliação pessoal sobre um determinado assunto. Pode ou não ser baseada em fatos.	Influenciar	Texto de uma psicóloga sobre a influência negativa da escolha de modelos magérrimas sobre o autoestima de adolescentes.
PUBLICIDADE	Atividade de divulgação de produto, marca ou conceito, que pode se valer das emoções do público.	Vender	Divulgação de uma marca de cosméticos nos intervalos comerciais da TV aberta.
CONTEÚDO PATROCINADO	Conteúdo pago para apresentar um produto, marca ou conceito. Geralmente vem "embalado" em uma narrativa.	Vender	Influenciadora digital faz tutorial de maquiagem nas redes sociais usando os cosméticos de uma determinada marca.
PROPAGANDA	Conteúdo pensado para influenciar (positiva ou negativamente) atitudes e comportamentos. Pode mobilizar a comunidade.	Persuadir ou influenciar	Campanha de uma organização em prol de bons hábitos de alimentação para crianças e adolescentes.
ENTRETENIMENTO	Peças de humor ou sátira. Podem ser construídas a partir de um fato ou notícia, mas não têm compromisso com verificação ou veracidade. Em alguns casos, são uma forma de crítica.	Entreter	Vídeo em que imagens de cabides com roupas saem do guarda-roupa e desfilam por uma passarela.

Produzido por www.educamidia.org.br sob a licença Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)



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 - O que acontece na rede em 60 segundos

Objetivos:

- Refletir sobre as mudanças tecnológicas e nossa presença cada vez maior na vida *on-line* para as mais variadas atividades;
- Reconhecer a necessidade de se preparar para lidar com a era da abundância de informação.

1. **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
2. **Atividades:** refletir, discutir e preparar perguntas para uma entrevista e fazer um infográfico, linha do tempo ou cartaz mostrando o resultado.
3. **Referências/recursos para o(a) professor(a):**
 - **Vídeo:** Cultura | Em todas as telas
4. **Referências/recursos para os(as) estudantes:**
 - **Vídeo:** ORIGINAL | Nada se cria, tudo se copia?

ATIVAÇÃO:

Uma vez que os(as) estudantes já se deram conta do quanto estão cercados(as) de informações o tempo todo, por todos os lados, é interessante entenderem que esse é um fenômeno mundial e que pode ser quantificado em números, como aqueles que constam em um mapeamento que a Domo, empresa americana especializada em computação na nuvem, faz anualmente mostrando **o que acontece na rede em 60 segundos**.

A partir das anotações que fizeram na primeira aula no mapa mental "Eu e as mídias", faça-os(as) refletir se pessoas de outras idades, nacionalidades e profissões também se informam e se comunicam da mesma forma.

DESENVOLVIMENTO:

Antes de apresentar o gráfico da Domo (lançado em agosto de 2020), você pode fazer um Quiz. Pergunte:

1. A cada 60 segundos, o TikTok é instalado quantas vezes?

60 vezes

600 vezes

2.700 vezes

2. Quantos stories são postados no Instagram por minuto?

347 mil

100 mil

40 mil

3. Qual é o número de fotos postadas no Facebook em 60 segundos?

10 mil

147 mil

60 mil

OBS: Quando for utilizar este material, veja se há um gráfico mais recente buscando Data Never Sleeps 8.0 e atualize os dados.

Os(as) estudantes certamente vão se surpreender com os números. Explique que o monitoramento do tráfego mundial de dados, ou seja, de informações, quando fazemos um *post* nas redes sociais, damos um *like* ou outra reação, compartilhamos algo, compramos um produto ou um serviço, assistimos a um filme no *streaming* ou postamos um vídeo, entre outras tantas coisas que fazemos no mundo *on-line*, dá pistas sobre o futuro do trabalho, do entretenimento e dos serviços. Com a pandemia, ficou ainda mais evidente a dimensão do universo *on-line* em todas as esferas da vida.

Por exemplo:

Em apenas 60 segundos,



147 mil

de fotos
postadas no
FaceBook



41 milhões

de mensagens
troçadas no
WhatsApp



347 mil

stories
publicadas no
Instagram



203 mil

peçoas
participando de
reuniões no Zoom



1.4 milhão

de ligações de
voz/vídeo na
internet

Fonte: Data never sleeps, 8.0. Arte feita por EducaMídia.

Na *internet*, **a cada minuto**, 347 mil novos *stories* são postados no **Instagram**, 147 mil fotos são publicadas no **Facebook** e 41 milhões de mensagens são trocadas no **WhatsApp**. Nestes mesmos 60 segundos, o **TikTok** é instalado 2.700 vezes, o **Zoom** tem 208.333 pessoas participando de reuniões virtuais na plataforma e 1.388.889 ligações de voz/vídeo são feitas pela *internet*. Este também é o tempo que consumidores levam para gastar cerca de um milhão de dólares, o que equivale a cerca de 5 milhões de reais.

O foco principal é mostrar que todos vivemos grande parte de nossas vidas no mundo digital, virtual, seja para nos comunicar, nos relacionar, trabalhar, interagir, consumir, pesquisar, aprender, se expressar, se divertir, lutar por uma causa e, principalmente, se informar. Toda essa movimentação *on-line* revela muito sobre hábitos da sociedade conectada do século 21, na qual os mundos físico e *on-line* se fundiram e o acesso a uma quantidade ilimitada de mídias, que vão sendo continuamente superadas por outras mais recentes, nos faz interagir de formas novas, surpreendentes e cada vez mais engajadoras.

Estimule-os(as) a refletir sobre esse fato: se tudo isso acontece nesse mundo tão novo que a *internet*, as inovações e dispositivos digitais nos oferecem, resta pensar como nos preparamos para viver e

explorar plenamente esse território, exercendo a cidadania e encontrando formas de convívio positivo e responsável.

FECHAMENTO:

A Era da Abundância de Informação em que todos podem exercer os papéis de consumidor e produtor de informação torna ainda mais complexo o ambiente informacional. Se no passado, poucos falavam para muitos, como vimos na Aula 1, no presente basta ter um *smartphone*, uma rede social e uma conexão com a *internet* para qualquer um tornar-se também produtor de mídia. Esse cenário traz resultados novos e imensos desafios, podendo contribuir para a **poluição informacional e a desinformação** (tema que vamos abordar adiante).

Aproveite para discutir como esse volume assombroso de informações é reflexo de uma evolução tecnológica recente que teve e continua tendo impacto em muitas atividades cotidianas, alterando profundamente o mundo e o mercado de trabalho. Estimule os(as) estudantes a apresentar seus pontos de vista para que a turma toda possa trocar suas percepções e refletir sobre habilidades que precisam desenvolver para terem sucesso neste mundo tecnológico e cada vez mais complexo do século 21. Se tudo muda tão rápido, inclusive as profissões, como devemos nos preparar para o mercado de trabalho?

Para a próxima aula, peça que escolham algumas atividades que fazemos *on-line* atualmente (pesquisar, fazer compras, se comunicar, compartilhar arquivos, fotos etc.) e elaborem perguntas para entrevistar seus pais e avós sobre como faziam essas mesmas coisas quando tinham entre 15 e 17 anos. Com as respostas, eles(as) devem comparar passado e presente, produzindo um **infográfico, uma linha do tempo ou um cartaz**, contemplando o tempo de seus pais e avós e a década de 2020. Para isso, sugira que usem a plataforma Canva que tem diversos *templates* para essas criações (www.canva.com).

A ideia é saber dos entrevistados se, além das mudanças mais óbvias em relação aos dispositivos e formas de fazerem as coisas, teriam mudado também as habilidades necessárias para fazê-las na Era Digital? Em que sentido?

O exemplo sobre o ato de fazer pesquisas ilustra bem essa mudança. Há poucas décadas, para fazer uma pesquisa, um(a) estudante tinha que ir a uma biblioteca para consultar os pesados volumes das enciclopédias em papel, porque ali estavam informações confiáveis e precisas.

Atualmente, é mais simples e basta digitar o tema da pesquisa no buscador e em segundos, aparecem milhares ou milhões de respostas. A grande questão é: como saber o que é verdadeiro ou falso? Como ter certeza no que podemos confiar ou não? Mais uma vez, aqui entra a educação midiática e as estratégias para análise crítica da informação, como veremos ao longo da trilha!



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 - Como é meu consumo de mídia?

Objetivo:

- Refletir sobre a importância de ter uma postura mais ativa diante do consumo de informações, comparando a nutrição que buscamos nos alimentos à que também deveríamos buscar nas informações.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*, *templates* para análise da dieta.
- **Atividades:** refletir, discutir, se expressar, apresentar trabalho.
- **Referências/recursos para o(a) professor:**
 - **Texto:** Um prato colorido de comida e de informação
 - **Texto:** Educação midiática como vacina contra a infodemia
- **Referências/recursos para os(as) estudantes:**
 - **Vídeo:** Me Explica, Vai! - Dieta Informacional
 - **Vídeo:** MídiaMundo - Dieta da informação

ATIVAÇÃO:

Antes de introduzir o tema da aula, peça que os(as) estudantes cite quais questões abordadas até aqui mais os fizeram pensar.

Da Era de Abundância de Informações e seu volume imenso de dados trafegando nas redes à constatação de que as mensagens de mídia têm propósitos diversos e que precisamos estar atentos a eles, o que mais os fez refletir e ganhar espaço no diário de bordo?

Peça que apresentem os resultados da atividade da aula passada em que as respostas de seus pais e familiares na entrevista foram a base para fazerem um **infográfico, linha do tempo ou cartaz**.

Explique que a aula de hoje equivale a uma consulta na qual, assim como um paciente reflete sobre hábitos de alimentação para discutir com o nutricionista formas de balanceá-la, os(as) estudantes devem refletir sobre um prato colorido de informação: a sua dieta informacional.

DESENVOLVIMENTO:

Mostre aos(as) estudantes que assim como devemos nos preocupar com os alimentos que ingerimos para garantir corpo e mente saudáveis, evitando aqueles que trazem malefícios quando consumidos em excesso,

a mesma coisa acontece com a informação. Faça-os(as) pensar sobre a quantidade de mensagens encaminhadas e reencaminhadas nos grupos de *Whatsapp* sem que as pessoas sequer se perguntem quem escreveu aquilo e de onde veio a informação. Considerando a capilaridade de ferramentas como o *Whatsapp* e as 41 milhões de mensagens trocadas em apenas um minuto (dados de 2020), é fácil perceber o potencial explosivo de passar adiante qualquer conteúdo sem parar e pensar.

Como nunca é demais repetir, numa Era com oferta abundante de informação, é responsabilidade de cada um de nós escolher o que consumir e o que compartilhar nas nossas redes. **Por isso, a ideia é que cada um(a) faça um balanço da sua dieta informacional e se pergunte: será que meu prato de informações consumidas diariamente está colorido e variado como deve ser o prato de comida?**

Os(as) estudantes deverão registrar sua ingestão diária de informação durante pelo menos dois dias, em seguida fazer pequenas mudanças na dieta e então analisar a experiência. A depender do engajamento, você também pode estender um pouco a atividade.

Nesta aula, você mostra os passos com calma e promove uma discussão no momento em que for explicar o significado de nutritivo no contexto da dieta informacional de cada um. Veja as etapas do desafio:

Passo 1: Monitore e avalie seu consumo de informações durante dois dias, respondendo às seguintes perguntas:

- Que tipo de notícias você está consumindo?
- Onde e quando você as encontra?
- Que tipo de informações você considera que precisa ter mais ou menos?

Passo 2: Uma vez registrado o consumo de mídia, tente mudar sua dieta:

- Adicionando "novos ingredientes" ao seu mix diário;
- Recorrendo a novas fontes de informação;
- Ampliando os tipos de notícias que você normalmente segue.

Passo 3: Agora faça um balanço e uma análise respondendo às seguintes perguntas:

- Você notou alguma mudança nos seus novos hábitos de consumo de informação?
- Estavam faltando coisas importantes na sua dieta informacional?
- Você tentou algo novo que tenha gostado?

Este pode ser um bom momento para inserir um tema que discutiremos mais tarde e que merece muita atenção: a "bolha" informacional. É por causa desse fenômeno que as redes sociais acabam "modelando" o mundo, fazendo com que as notícias que aparecem sejam personalizadas, criando a impressão de que as informações que vemos só confirmam nossas convicções. Por isso, a análise da dieta e as pequenas mudanças no consumo são mais que necessárias!

Para fazerem o desafio, compartilhe os templates com eles. O primeiro é para o registro e o segundo para a análise nutricional.

Ressalte que cada um tem a própria dieta e que as informações que são importantes para uma pessoa, podem não ser as que os amigos ou a família valorizam mais e é normal que seja assim. Por exemplo, alguns podem considerar questões internacionais e de política como informações mais "nutritivas", ao passo que outros preferem aquelas relacionadas ao esporte, entretenimento ou à comunidade.

Por isso, será diferente o perfil da dieta informacional de cada um considerando que as informações são classificadas como:

- ✓ **Mais nutritivas;**
- ✓ **Razoavelmente nutritivas;**
- ✓ **Pouco nutritivas.**

Reforce com os(as) estudantes que eles(as) devem refletir sobre o que significa **nutritivo**. Por exemplo, será que as informações mais ricas e valorizadas seriam aquelas que:

- Fazem com que se sintam informados(as) e saibam o que está acontecendo?
- Trazem assuntos para falar com a família ou amigos?
- Ajudam a entenderem melhor o mundo em que vivem e a serem cidadãos(ãs) melhores?
- São divertidas e os(as) fazem rir com os amigos?
- Oferecem novas perspectivas sobre coisas com as quais se importam?
- Permitem que compreendam tendências que estão mudando e moldando a sociedade?
- Ajudam a confirmar suas crenças e reforçar suas convicções?

Se tiver tempo, sugira que comecem o monitoramento e as discussões sobre seus hábitos em sala, a partir do que já consumiram nesse dia.

FECHAMENTO:



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 - Que dieta informacional quero seguir?

Objetivo:

- Reconhecer a importância de escolher as informações que vamos consumir e o que vamos compartilhar nas redes a partir da análise da dieta informacional de cada um.

- **Materiais:** *template* com a análise da dieta, lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** refletir, discutir, se expressar, preparar uma apresentação, criar roteiro.

- **Referências/recursos para o(a) professor:**
 - **Texto:** Um prato colorido de comida e de informação
- **Referências/recursos para os(as) estudantes:**
 - **Vídeo:** Me Explica, Vai! - Dieta Informacional
 - **Vídeo:** MídiaMundo - Dieta da informação
 - **Guia:** Como fazer um vídeo

ATIVÇÃO:

Retome o tema da aula anterior, questionando os(as) estudantes sobre a experiência de fazer a análise do próprio consumo de mídia e as descobertas e reflexões que surgiram sobre seus hábitos informacionais.

DESENVOLVIMENTO:

Separe a sala em grupos para discussões mais pontuais e peça que compartilhem seus registros e reflitam sobre perguntas, como:

- Você notou algum padrão nos seus hábitos de consumo de informações?
- Por acaso eles mudaram ao longo desta atividade?
- Você acha que estava perdendo alguma coisa importante na sua dieta informacional?
- **A sua dieta vai ser diferente daqui em diante ou você vai manter seus hábitos e rotinas? Por quê?**
- Quais foram suas maiores surpresas?
- As informações têm a mesma importância para você antes dessa atividade?
- Por que será que seu *feed* nas redes sociais está assim? (mais adiante trataremos especificamente disso, mas é bom colocá-los(as) para pensar).

E fica aqui uma dica: o ideal para manter uma dieta informacional balanceada, é consumir conteúdos de sites oficiais e reconhecidos e com textos assinados por pessoas que se responsabilizam por eles. É importante consultar vários veículos de comunicação que contemplem diferentes pontos de vista também, para você formar a sua própria opinião baseada em fatos. É ter cautela e moderação para consumir a informação de maneira inteligente e responsável!

FECHAMENTO:

Os grupos apresentam suas conclusões e percepções sobre a análise de seu consumo de mídia em um **vídeo curto ou apresentação**.

Este é um bom momento para discutir as etapas importantes que devem ser consideradas no processo de criação de mídias. E para se lembrar que a criação de mídias é aprendizagem criativa e treina estudantes para transmitir informações de uma forma visual clara, concisa, contextualizada e baseada em evidências.

Este [roteiro](#) mostra etapas importantes na criação de vídeos.

Defina se o trabalho será feito em sala ou se os(as) estudantes devem trabalhar em casa. De qualquer forma, antes de finalizarem seus planos sobre **como será sua dieta informacional**, é importante que participem das próximas duas aulas, em que o foco da discussão está relacionado a fontes, credibilidade e o papel de cada um ao evitar a propagação de desinformação na sociedade.



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 - Com grandes poderes vem grandes responsabilidades

Objetivo:

- Refletir sobre fontes e confiabilidade, reconhecendo o potencial corrosivo da desinformação na sociedade.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** refletir, discutir, analisar, planejar Vídeo ou apresentação, criar documentos colaborativos.
- **Referências/recursos para o(a) professor(a):**
 - **Plano de aula:** [Desvendando a Wikipedia](#)
 - **Plano de aula:** [Quem disse isso?](#)
- **Referências/recursos para os(as) estudantes:**
 - **Vídeo em inglês, com legenda:** [Como o Google funciona?](#)

ATIVAÇÃO:

Retome a atividade de **criação do vídeo ou da apresentação** sobre a análise da dieta informacional sugerida na aula anterior, discutindo com os(as) estudantes suas eventuais dúvidas ou dificuldades. Avise-os(as) que eles(as) provavelmente vão voltar a questionar seu consumo de mídia e informação depois de explorarem técnicas cada vez mais críticas da era da abundância de informação: **aquelas com as quais avaliamos a confiabilidade de uma fonte**. Elas serão exploradas nesta aula e na seguinte.

Todo mundo já passou por isso: uma simples busca na *internet* resulta em uma quantidade enorme de respostas e, muitas vezes, em afirmações conflitantes. Nem sempre é possível determinar simplesmente se uma informação é falsa ou verdadeira — ela pode ser embasada em fontes enviesadas, controversas, uma

afirmação sem suporte ou sem evidências concretas. Esta aula visa introduzir a necessidade de avaliar a confiabilidade da fonte, entendendo o contexto da mensagem e quem está por trás dela, além da nossa responsabilidade com o que compartilhamos ou criamos.

Comece a atividade entregando uma lista de afirmações, algumas verdadeiras, outras falsas, outras controversas. Utilize exemplos de assuntos da atualidade:

- O aquecimento global é uma farsa.
- As calotas polares estão derretendo cada vez mais rápido.
- O celular pode trazer danos à saúde.
- Tomar vitamina C ajuda a combater o coronavírus
- Ciclovias prejudicam o trânsito nas grandes cidades.
- Vacinas causam autismo.
- As queimadas na Amazônia estão aumentando.

Peça aos(as) estudantes que trabalhem em pares para explorar essas afirmações ou as que você sugerir. Eles(as) devem encontrar duas fontes de pesquisa para cada afirmação da lista e registrar as URLs. Caso não seja possível acessar a *internet* durante a aula, leve exemplos impressos para a atividade. Você pode usar estes [slides](#) como apoio para esta aula e a seguinte.

DESENVOLVIMENTO

Cada dupla deve apresentar sua conclusão sobre a afirmação (correta, incorreta, polêmica, inconclusiva), e mostrar as fontes de pesquisa utilizadas. O foco da discussão deve ser a **fonte** escolhida. Pergunte:

- Por que você determinou que esta é uma boa fonte de pesquisa sobre a afirmação?
- Você tinha uma ideia pré-concebida sobre este tema? Isso impactou a sua seleção de fontes de pesquisa?
- O que você sabe sobre o autor ou o veículo onde encontrou a informação? Procurou se informar sobre isso? Caso tenha se informado sobre o *site* ou o autor, isso mudou a sua percepção sobre o conteúdo?
- Você encontrou a mesma informação em diversos lugares? Encontrou informações conflitantes? Neste caso, como escolher em qual fonte confiar?

Estimular os(as) estudantes a fazerem perguntas e questionarem se a informação está entre os aprendizados mais importantes que devem levar para a vida!

FECHAMENTO

Trabalhe colaborativamente com os(as) estudantes, se possível, em um documento compartilhado ou em um mapa mental digital ou no quadro para desenvolver alguns conceitos:

- O que é uma fonte?
- Quem publica a informação nem sempre é a fonte original.
- O que é uma fonte primária e uma fonte secundária?
- Precisamos estabelecer as credenciais e as motivações de quem publica algo etc.

(Se trabalhar no quadro, fotografe ou peça aos(as) estudantes que fotografem).

Lembrando que uma fonte é a origem da afirmação ou informações relacionadas. Pode ser uma pessoa, um documento, um *site*.

As fontes primárias são o registro direto do acontecimento por quem o testemunhou em primeira mão, documento histórico ou estudo científico original.

As fontes secundárias são materiais de referência (dicionários, livros-texto e artigos) ou matérias jornalísticas que interpretam, sintetizam ou analisam o conteúdo original.

Fontes terciárias são compilados de fontes primárias e secundárias (coleções, bancos de dados). A mesma informação geralmente pode ser encontrada em várias fontes.

É importante que os (as) estudantes aprendam, desde cedo, a interrogar o que leem; verificar a veracidade das informações; entender a diferença entre mensageiro e fonte; reconhecer preconceitos implícitos que carregamos e a rejeitar posição e popularidade como indicadores de confiabilidade.

Para casa: pesquise o tema “A terra é plana?” em pelo menos duas fontes diferentes. Quais seriam bons indicadores de credibilidade?



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 é tão difícil avaliar a qualidade da informação?

Objetivo:

- Refletir sobre fontes e confiabilidade, reconhecendo o potencial corrosivo da desinformação na sociedade.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** refletir, discutir, analisar, planejar Vídeo ou apresentação, criar documentos colaborativos.
- **Referências para o(a) professor(a):**
 - **Texto:** Fontes: crer ou não crer, eis a questão.

- **Vídeo:** Fontes: crer ou não crer, eis a questão.
- **Texto:** Jornalismo pode despertar o olhar crítico dos alunos.
- **Referências para os(as)estudantes:**
 - **Vídeo:** Fonte: Onde nasce a notícia
 - **Vídeo:** Educação Midiática no dia a dia: Crer ou não crer.

ATIVACÃO:

Comece a aula com uma discussão sobre os achados e as hipóteses dos(as) estudantes sobre confiabilidade. Aproveite para discutir novamente aspectos já abordados em relação ao universo informacional, ressaltando o fato de que se hoje os dispositivos tecnológicos mais acessíveis e a *internet* amplamente disponível facilitam nossa presença e participação no mundo digital, ao mesmo tempo abre espaço para que todo tipo de mensagem circule no intenso fluxo de informações. Identificar a natureza das mensagens de mídia demanda manter afastada qualquer postura passiva ou desatenta diante da enxurrada de mensagens que querem sempre algo de nós, seja para nos informar, desinformar, emocionar, nos vender algo, persuadir...

DESENVOLVIMENTO

Apresente os [slides](#) da aula para explorar os conceitos de fonte e confiabilidade, e introduzir os quatro movimentos (metodologia SIFT).

Explique que há diversas estratégias e protocolos para questionar a origem e intenção das informações e que tudo na educação midiática demanda de nós uma prática constante.



(Fonte: EducaMídia)

Uma ressalva importante para trabalhar com os(as) estudantes é o fato de que os indicadores tradicionais de credibilidade dos *sites* estão ultrapassados. Por exemplo:

- **Quando a URL do *site* termina em .org em vez de .com:** isso não garante nada. O domínio .org é fácil de obter e não é indicação de imparcialidade.
- **O *design* do *site* e a linguagem são profissionais, sem erros ortográficos?** Também não ajuda muito. Isso se consegue com *sites* prontos, ferramentas de criação acessíveis e corretores ortográficos.
- **O *site* é livre de anúncios?** Tente outra vez. Anúncios são fontes de renda da mídia profissional e de articulistas independentes (em *blogs* e YouTube) e sua presença não impacta na confiabilidade da mensagem.
- **O *site* cita artigos científicos?** Não é o suficiente. Nada garante que sejam estudos de qualidade ou que não sejam enviesados.

FECHAMENTO

Promova a reflexão perguntando por que é tão difícil / importante avaliar a qualidade da informação que circula nas redes. Discuta a importância de adquirir essa atitude mais reflexiva perante a informação e como podemos atuar para propagá-la. Retome a atividade de planejamento **da apresentação ou gravação do Vídeo**. Peça que os(as) estudantes analisem o material que prepararam e se precisam fazer alguma modificação.



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 - Perguntar é preciso

Objetivo:

- Ajudar os(as) estudantes a compreenderem que quanto mais criticamente se relacionam com as mídias, mais natural será para fazerem perguntas e enxergarem que toda mensagem tem um autor e um propósito.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** refletir, discutir, analisar, planejar Vídeo ou apresentação, criar documentos colaborativos.
- **Referências para o(a) professor(a):**

- Curadoria de conteúdos sobre vacina
- **Referências para os(as) estudantes:**

ATIVAÇÃO:

A esta altura da trilha, é bem provável que o seu grupo de Eletiva tenha percebido a complexidade do mundo atual com tanta informação circulando e da necessidade de todos nós estabelecermos uma relação mais ativa e reflexiva com as mensagens que recebemos. Afinal, querendo ou não, somos receptores delas em casa, no caminho para a escola, nas roupas que vestimos, nos anúncios da TV, músicas, nos noticiários que lemos, ouvimos ou assistimos, enfim, pertencem a nossa cultura midiática.

Nesta aula, vamos praticar parte do conhecimento que está sendo construído. A atividade proposta será se debruçar sobre diferentes tipos de mídias e refletir sobre **cinco perguntas essenciais** que nos ajudam a questionar as informações que consumimos e que criamos. Elas retomam tópicos abordados nas primeiras aulas e são uma oportunidade de praticar e sistematizar conhecimento.

Importante lembrar que formular boas perguntas é o segredo de qualquer investigação eficiente, como o *The Right Question Institute* (rightquestion.org), um instituto com foco em ajudar as pessoas a construir habilidades para um aprendizado contínuo (*lifelong learning*) e ação democrática.

Caso não tenha acesso à *internet* durante a aula, você também pode fazer uma pré-seleção de mídias para trabalhar em sala e escolher as que possam ser impressas. Você pode selecionar um mesmo tema em diferentes mídias para ser trabalhado ou escolher temas diversos em mídias também diversas. Se optar por um único tema, aqui você encontra uma série de conteúdos sobre vacinas em vários formatos. Uma lista possível para a atividade poderá incluir:

- **Artigo de revista ou anúncio;**
- **Post que viralizou no Facebook ou no Twitter;**
- **Post para Instagram;**
- **Podcast;**
- **E-mail;**
- **Discurso histórico;**
- **Poema;**
- **Livro;**
- **Notícia;**
- **Vídeo do YouTube;**
- **Filme;**
- **Panfleto;**
- **Comercial de TV.**

Coloque no quadro as cinco questões que devemos fazer ao interagir com qualquer mídia:

Quem criou essa mensagem?

- Foi uma pessoa, um grupo, uma organização ou uma empresa?

Por que essa mensagem foi criada?

- Seu propósito é informar?
- Entreter?
- Persuadir ou uma mistura de todos esses propósitos?
- Para quem ela se destina?

Como essa mensagem está tentando ganhar minha atenção?

- Que técnicas estão sendo usadas para atrair a atenção das pessoas? Que técnicas estão sendo usadas para manter a atenção das pessoas?

Como pessoas diferentes poderiam entender essa mensagem de forma distinta da minha?

- O que outras pessoas veriam ou sentiriam sobre isso?

Que valores, estilos de vida ou pontos de vista estão representados ou omitidos nesta mensagem?

- O que a mensagem me diz sobre como outras pessoas vivem ou se comportam?
- A mensagem deixou alguma coisa ou alguém de fora?

DESENVOLVIMENTO:

Divida a sala em grupos.

Cada grupo receberá um template com as questões e espaço para preencherem dados da mídia analisada que você deverá distribuir em cópias impressas ou pedir que acessem pelo computador. Os grupos deverão analisar mensagens diferentes.

FECHAMENTO:

Depois de terem feito as análises, cada grupo apresenta seu caso e as respostas para as cinco perguntas.



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 - Muito além das "fake news"

Objetivo:

- Discutir as nuances da desinformação explorando as causas e consequências do fenômeno contemporâneo da poluição informacional.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** refletir, discutir, analisar, planejar entrevista e mural colaborativo
- **Referências para o(a) professor(a):**
 - **Vídeo:** Muito Além das Fake News
 - **Plano de Aula:** Muito Além das Fake News
- **Referências para os(as) estudantes:**
 - **Vídeo:** Me explica, Vai! - Fake News
 - **Texto:** Manual de verificação em HQ

ATIVACÃO:

Em 2017, o dicionário britânico Collins escolheu como palavra do ano uma vilã famosa que continua nos desafiando enquanto sociedade: as chamadas "*fake news*". É bem provável que o grupo todo de estudantes desta Eletiva saiba que a expressão significa **informação falsa disseminada como se fosse verdadeira**. Ou, como diz a agência de verificação (*fact checking*) Lupa, "sob verniz de uma notícia".

Comece perguntando aos(as) estudantes o que eles(as) sabem sobre o fenômeno das "*fake news*":

- ✓ Como definiriam o termo?
- ✓ Conhecem algum exemplo recente?
- ✓ Deparam-se com alguma informação falsa?
- ✓ O que fizeram?
- ✓ Acham que são pessoalmente afetados pela circulação de desinformação?

DESENVOLVIMENTO:

Projete os [slides](#) para conduzir a aula ou, caso não seja possível, leve cópias impressas para a sala. Veja que eles abordam um tema central na educação midiática: diante da **abundância de informação** é cada vez maior e mais crítica a necessidade de parar e refletir diante de uma notícia, uma foto, um post.

Parar e refletir: a sociedade conectada exige leitores cautelosos. Porém, eles não leem apenas textos, mas também imagens e sons. Daí a importância de desenvolver o hábito de "interrogar a informação", em vez de simplesmente consumi-la.

Como o termo *fake news* passou a ser usado por muitas pessoas para descrever qualquer tipo de informação enganosa, é importante compreender que há vários outros tipos de conteúdos falsos ou capazes de gerar confusão. E, mais ainda, é essencial saber que **entre verdadeiro e falso existem muitas nuances**, como mostram os exemplos da aula com informações divulgadas sobre fatos que teriam ocorrido na Tailândia, em

Veneza e no Central Park, em que fotos verdadeiras foram usadas com alegações falsas, ou *posts* foram feitos com informações falsas (ou que não correspondiam exatamente à verdade).

Explique aos(as) estudantes que **desinformação** é o termo mais amplo para nos referirmos a qualquer tipo de conteúdo falso, impreciso, tendencioso, distorcido ou fora de contexto, criado de forma intencional ou não. Já as **fake news** são um tipo bem específico de desinformação. O termo diz respeito **a conteúdos propositalmente falsos, ou seja, que foram criados com intenção de enganar**. Além disso, muitas vezes imitam o visual e o estilo de veículos de comunicação sérios, tentando pegar carona na credibilidade. As motivações para criar e disseminar *fake news* vão desde ganhar dinheiro até conquistar apoio para determinada causa ou ideia.

O termo **desinformação** contempla um conjunto maior de conteúdos. Pode, por exemplo, ser resultado de um **erro não intencional** cometido por um jornalista, de um dado divulgado de forma incompleta ou mesmo de um título mal escrito.

A **desinformação** também pode ter origem no baixo letramento informacional do público. É o que acontece, por exemplo, quando uma **sátira** é confundida com informação real ou quando um leitor vê apenas a manchete (título) de uma reportagem, sem olhar o restante da notícia com um retrato mais completo do assunto.

É importante **reconhecer os vários tipos de desinformação e não classificar tudo simplesmente como fake news**. Um dos problemas com o termo é que ele se popularizou a ponto de ser usado sem muito critério, até mesmo como sinônimo de “toda informação que me desagrade ou contraria”.

A educação midiática propõe uma abordagem mais ampla do problema, que começa pela desconstrução do termo (que vem sendo usado sem cuidado e distinção há anos) e aponta para a necessidade de se discutir um conceito bem mais abrangente: o da desinformação.

FECHAMENTO:

No final da aula, divida os(as) estudantes em grupos. Ao longo das próximas aulas, a tarefa de cada grupo (e de toda a sala) será formar um **mural colaborativo sobre desinformação**. O mural pode ser criado em uma parede da escola ou então em um ambiente digital compartilhado como Google Slides, Padlet, Mural, Jamboard, entre outros. Peça que comecem a planejar o que vão colocar em seu mural sobre **desinformação**, considerando que o mural vai ser um espaço de compartilhamento de aprendizado.

Para a aula seguinte, cada grupo deverá entrevistar **10 pessoas com idades diversas**, entre familiares, colegas ou amigos, que não estejam fazendo a Eletiva.

As perguntas são:

1. Você sabe o que são *fake news*?
2. Qual a sua definição do termo?
3. Você já espalhou uma *fake news*? Qual?
4. Você já checkou alguma informação da qual não estivesse certo da veracidade?
5. Por que as pessoas propagam notícias falsas?

6. Você acha que as notícias falsas são um problema para a sociedade hoje?

7. Por quê?

Além das respostas, cada grupo também deverá apresentar na próxima aula sugestões para combater a circulação de notícias falsas.



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 - Afinal, de onde vem essa história?

Objetivo:

- Entender que o fenômeno da disseminação de notícias falsas, embora antigo, ganhou outra proporção no universo informacional atual.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** refletir, discutir, analisar, planejar vídeo ou apresentação, criar documentos colaborativos.
- **Referências para o(a) professor(a):**
 - [Slides](#) aula Muito Além das *Fake News*
- **Referências para os(as) estudantes:**
 - **Texto:** [Não existem 'fake news' do bem](#)

ATIVACÃO:

Comece a aula com uma análise das respostas das **entrevistas**. Peça que os(as) estudantes montem um placar na lousa para que todos visualizem melhor os resultados. Promova uma discussão sobre a amostragem recolhida e a percepção deles(as) sobre o quanto e de que forma as *fake news* desafiam a sociedade e como podemos evitar a circulação de desinformação.

Em seguida, questione-os(as) sobre a origem desse fenômeno. Seriam as notícias falsas coisas do século 21? Será que nossos antepassados também tiveram de lidar com isso?

DESENVOLVIMENTO:

Apresente os slides da continuação da aula sobre desinformação. Caso não possa projetá-los, use novamente a estratégia de levar cópias impressas. Os *slides* mostram que as *fake news* sempre existiram e, portanto, não são uma novidade. A grande questão é mesmo a maneira como as informações circulavam no passado e como chegam até nós hoje.

Ajude-os(as) a estabelecer relações com conteúdos já abordados na Eletiva, como o **duplo papel** que desempenhamos na sociedade de informação, tanto **consumindo como produzindo informações**, tendo à mão tecnologias para criar e publicar cada vez mais acessíveis. E a consequente responsabilidade que este poder nos dá.

Discuta com eles(as) as definições apresentadas de **fake news e de notícias** (*news*, em inglês), e reforce a importância do trabalho da imprensa profissional e da circulação e divulgação de informações checadas, com autoria e com o propósito de informar. Ainda segundo a agência Lupa, "o problema é que, com a interatividade e a expansão das redes sociais, a velocidade de disseminação de informações incorretas pode prejudicar a **democracia**, e a manipulação deliberada de conteúdo pode ser capaz de **influenciar comportamentos – até o resultado das urnas**." Leia o artigo Não existem 'fake news' do bem.

Você sabia?

A Lupa lembra que recentemente o ex-presidente dos Estados Unidos Donald Trump requereu para si o título de “criador” do termo *fake news*. Não há dúvidas de que ele ajudou a disseminar a expressão pelo mundo, mas também não há dúvidas de que Trump a utilizou repetidamente para criticar reportagens que apontavam problemas em seu governo ou eram críticas a ele. Ou seja, a estratégia foi chamar de *fake news* notícias que o criticavam visava desqualificar o trabalho da imprensa. Por isso, se discute muito o uso da expressão *fake news*. É sempre melhor ser mais específico e usar “Informação errada”, “falsa” ou simplesmente “mentira”.

FECHAMENTO:

A atividade final na sala será identificar se as informações nestes slides são confiáveis. Promova uma discussão sobre a importância de se distinguir **notícia, opinião, humor, conteúdo patrocinado** etc., e de adotarmos, sempre e cada vez mais, uma postura atenta diante das informações que chegam até nós, fazendo perguntas e refletindo sobre elas. Peça que os grupos discutam o que vão colocar no mural como reflexão e aprendizado desta 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 11 - Se *fake news* já circulavam no passado, o que mudou?

Objetivo:

- Comparar a mídia digital com a tradicional para refletir sobre o potencial explosivo da desinformação na sociedade contemporânea.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** refletir, discutir, analisar, fazer um cartaz.
- **Referências para o(a) professor(a):**
 - **Texto:** [Como ajudar seus alunos a identificar fontes confiáveis](#)
- **Referências para os(as) estudantes:**
 - **Teste:** [Desafio das fake news](#)
 - **Vídeo:** [Fake news](#) (Justiça Eleitoral) [Como identificar fake news FioCruz](#)

ATIVAÇÃO:

Não é fácil estar atento o tempo todo às informações e mensagens que circulam. Mas se não desenvolvermos essa postura como hábito, corremos sérios riscos, como já falamos e como mostram os Vídeos indicados nas referências para os(as) estudantes. Afinal, nós nos informamos para tomar decisões com relação a votos, consumo, saúde, para aprender, trabalhar, nos entreter e mais uma infinidade de atividades centrais na vida. Comece a aula retomando essas questões antes de pedir que os(as) estudantes façam o "desafio das *fake news*" que pode ser acessado [aqui](#). As respostas estão no último *slide*. Caso não possa projetar, dê cópias impressas para que grupos de estudantes respondam o desafio. Se preferir, peça que acessem o desafio e preencham o formulário *on-line* [aqui](#).

Grande parte da discussão gerada pelas informações que circulam na sociedade vem da nossa própria incapacidade de discernir adequadamente os tipos de informação. Discuta com os(as) estudantes a importância de ler corretamente as mensagens que recebemos para entender as nuances que estão além do falso e verdadeiro. Não basta impedir a circulação de *fake news*; é preciso impedir também a propagação de mensagens duvidosas, incompletas, tendenciosas ou maliciosas.

DESENVOLVIMENTO:

Feita a atividade, mantenha a sala dividida em grupos e peça que montem um **quadro comparando a mídia tradicional com a mídia digital**. A ideia é que eles(as) se deem conta do alcance que as informações têm por causa dos meios em que circulam. Como sugestão, você pode apresentar os dados da

mídia tradicional e pedir que completem o da digital ou mesmo que conversem sobre ambos os campos e preencham o quadro. A seguir, todos os campos estão preenchidos. Você encontra um modelo [aqui](#).

	Mídia tradicional Jornais, TV, rádio etc.	Mídia digital
Velocidade	Lenta: Para que a notícia seja veiculada, ela passa por etapas de apuração, redação, revisão, impressão ou transmissão.	Super ágil: A qualquer momento, qualquer pessoa pode enviar uma grande quantidade de mensagens e publicar os fatos enquanto eles ainda estão acontecendo.
Alcance	Escala reduzida: O alcance da informação nas mídias tradicionais é sempre menor que no digital.	Largo escala: A divulgação acontece em rede e o alcance das informações é enorme e incontrolável.
Origem	Centralizada: Informação de poucos para muitos: partem das empresas de comunicação para leitores, espectadores e ouvintes.	Descentralizado: Todos podem produzir, divulgar e compartilhar informações e notícias pelas mídias digitais.
Interatividade	Baixa: Quase não há comunicação com o público em tempo real.	Alta: O Tempo todo estamos <i>on-line</i> , conversando com diferentes pessoas ou grupos em várias plataformas digitais.
Apuração	Demorado: Embora muitas equipes trabalhem na apuração dos fatos, o processo de checagem leva algum tempo.	Em tempo real: Assim como surgem rapidamente as <i>fake news</i> podem ser desmascaradas quase simultaneamente pelas mesmas mídias digitais. O problema é que a verificação não circula na mesma velocidade.

FECHAMENTO:

Depois de preenchido o quadro, peça que preparem um cartaz com o comparativo para colocar no mural colaborativo e que pensem no que mais vão incluir no mural.



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 - Quando a epidemia gera uma infodemia

Objetivo:

- Aprofundar a discussão sobre *fake news* analisando exemplos e estratégias de divulgação de notícias falsas envolvendo informações sobre Covid 19.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** refletir, discutir, analisar, criar documentos colaborativos.
- **Referências para o(a) professor(a):**
 - **Vídeo:** [Infodemia](#)
 - **Texto:** [A educação midiática como vacina para a infodemia](#)
- **Referências para os(as) estudantes:**
 - **Vídeo:** [Me Explica, Vai! - Infodemia](#)

ATIVAÇÃO:

Um tema tem dominado as notícias desde o início de 2020 no mundo todo: Covid-19. E com notícias circulando 24 horas por dia, o excesso de informações se tornou um problema ainda mais grave. A ponto de a Organização Mundial da Saúde (OMS) ter cunhado um termo específico para ele: **infodemia**.

O termo passou a ser usado para descrever o ambiente de hiperabundância de informações, nem sempre de qualidade, que faz com que as pessoas tenham mais dificuldade para encontrar fontes e orientações confiáveis quando precisam. A palavra apareceu pela primeira vez em 2020 em relatório da OMS durante a pandemia do novo coronavírus.

Questione os(as) estudantes sobre o que sabem do termo e se, de alguma forma, enfrentaram desafios para se informar sobre a pandemia.

Nas próximas duas aulas, desinformação e pandemia estarão no foco das atenções.

DESENVOLVIMENTO:

Divida a sala em grupos e distribua cópias do [folheto da Organização Panamericana de Saúde](#), um braço da OMS, sobre infodemia.

Dependendo do número de estudantes em sala, atribua aos grupos um ou mais dos seguintes tópicos do documento para discutirem e prepararem um mural colaborativo sobre seu conteúdo.

- O que é infodemia?
- O que é desinformação?
- Como a infodemia contribui para a desinformação?
- Por que tipo de informação as pessoas estão buscando e o que esperam conseguir hoje?
- Por que a infodemia pode agravar a pandemia?
- O que as pessoas estão falando sobre a COVID-19 nas Américas?
- Como as pessoas podem ajudar a combater a infodemia de COVID-19?
- Como a OMS está combatendo a infodemia durante a pandemia de COVID-19?

FECHAMENTO

Cada grupo deve apresentar o conteúdo analisado para o resto da turma e deixar suas contribuições no mural. Sugira que façam posts com as perguntas discutidas e as respostas e postem em suas redes.



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 - Vacinas e o campo fértil da desinformação

Objetivo:

- Aprofundar a discussão sobre *fake news* analisando exemplos e estratégias de divulgação de notícias falsas envolvendo informações sobre Covid 19.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** refletir, discutir, analisar, criar um cartaz.
- **Referências para o(a) professor(a):**
 - Toolkit de ferramentas para criar
- **Referências para os(as) estudantes:**
 - **Vídeo:** Campanha vacina Ministério da Saúde

ATIVACÃO:

Depois de entrarem na discussão sobre infodemia, a aula de hoje propõe colocar os(as) estudantes em contato com exemplos concretos de mensagens enganosas que circularam bastante e continuam circulando envolvendo o tema das vacinas.

Para isso, usaremos um material desenvolvido pela BBC Brasil, a renomada rede de comunicação britânica que mantém um serviço de produção jornalística em português há sete décadas.

Explique que a BBC analisou *posts* sobre vacina inseridos em conversas sobre política, economia, ciência e religião durante dois meses e constatou que embora eles variassem na forma, **o conteúdo girava em torno de seis temas principais.**

Segundo Rory Smith, um dos autores do estudo que serviu de base para a BBC fazer a análise, "em alguns casos, as táticas usadas para espalhar informações e notícias falsas não são novidade — elas foram usadas antes, para falar de outras vacinas, remédios ou tecnologias surgidas nas últimas décadas. Entender o contexto desses discursos antivacina e estas estratégias de desinformação pode evitar que sejamos enganados e manipulados, diz o pesquisador.

"Quando entendemos que cada meme, imagem, *hashtag* ou frase faz parte de uma narrativa, podemos combater as notícias falsas com informação de qualidade."

DESENVOLVIMENTO:

A BBC separou 6 tipos de mensagens enganosas mais comuns contra as vacinas de Covid-19 nas redes sociais e as "desmascarou" mostrando o que a ciência diz sobre elas.

Mais uma vez, separe a sala em grupos e dê a cada um a tarefa de explorar um dos 6 temas e tipos de mensagem antivacina.

- **Sobre poder e dinheiro**
- **Sobre reações e necessidade**
- **Sobre fazer e testar vacinas**
- **Sobre liberdades**
- **Sobre conspirações**
- **Sobre Deus e ética**

Todos os grupos devem ler a parte inicial do texto "*Os 6 tipos de mensagens enganosas mais comuns contra as vacinas de covid-19 nas redes sociais e o que diz a ciência sobre elas*" e depois se debruçar sobre um dos seis aspectos, analisando os *posts* e o que diz a ciência, os especialistas ou a imprensa. O texto está disponível no site da BBC Brasil.

FECHAMENTO

Além de explicar de maneira sucinta os aspectos principais de seu tema, mostrando as estratégias usadas pelos *posts* de desinformação e a informação correta, os grupos devem **fazer um cartaz, uma colagem ou um vídeo** com alerta para os desavisados não caírem nas mentiras! Não se esqueça de explorar o **Toolkit Menu Criativo** (*link* nas referências) para ver sugestão de recursos para diversas criações individuais ou em grupo.



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 - Você sabe mesmo fazer uma busca?

Objetivo:

- Aprender a acessar, filtrar e compreender a informação disponível em uma busca.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** refletir, discutir, analisar, pesquisar.
- **Referências para o(a) professor(a):**
 - **Texto:** Seis dicas para otimizar as pesquisas dos alunos na *internet*
- **Referências para os(as) estudantes:**
 - **Texto:** Como pesquisar na *internet*

ATIVAÇÃO:

A *internet* facilitou enormemente o acesso à informação, disso ninguém duvida. Mas será que estamos preparados para transformar em conhecimento todo o conteúdo que aparece em instantes quando fazemos uma busca? Se a quantidade de informação disponível é cada vez maior, precisamos pensar além do mero acesso e discutir como podemos selecionar os conteúdos encontrados com critérios mais sofisticados que a ordem em que aparecem os resultados! É sobre isso que vamos falar nesta aula.

Pergunte aos(as) estudantes como fazem pesquisas nas ferramentas de busca e quais são seus critérios para escolher um ou alguns dos inúmeros (muitas vezes milhares ou milhões) resultados que aparecem. Embora fazer pesquisas na *internet* seja uma atividade corriqueira para muitas crianças e jovens, é provável que muitos deles acreditem que basta digitar a palavra-chave e escolher os primeiros resultados que aparecem. Afinal, os que aparecem primeiro são os melhores. Mas será que é assim?

Depois dessa discussão inicial e apresentação sobre o tema da aula, peça que os(as) estudantes façam três colunas em uma folha, intituladas:

- ✓ O que eu sei;
- ✓ O que eu quero saber;
- ✓ O que eu aprendi.

Neste momento, eles(as) preenchem a primeira e com tópicos sobre o que sabem acerca de uma pesquisa na *internet* e o que gostariam de saber. Você também pode colocar as colunas na lousa e fazer uma única com contribuição da sala toda.

O **método KWL** estimula os(as) estudantes a organizar visualmente o aprendizado, recuperando conhecimento prévio (O que eu sei) e refletindo sobre o que querem aprender (O que eu quero saber) sobre determinado assunto e sobre o que aprenderam efetivamente na aula (O que eu aprendi). A metodologia também os torna mais ativos no seu processo de aprendizado.

Esse [vídeo](#) explica mais sobre a metodologia (não se esqueça de colocar as legendas em português).

DESENVOLVIMENTO:

É importante que os(as) estudantes possam fazer pesquisas durante essa aula, mas caso não seja possível, peça que pesquisem em casa e voltem com os resultados.

Divida a sala em duplas e depois de definirem os termos da pesquisa (que tal escolherem algum conceito ou tópico discutido nesta Eletiva?), oriente-os(as) para os procedimentos a seguir. Algumas estratégias para refinar as buscas podem ser encontradas nestes [dois links](#).

1. 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 talvez 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 busca. 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 com olhar atento para diferenciar os resultados da busca e saber filtrá-la. E nunca é demais lembrar: num universo informacional tão abundante, reforce o hábito de refletir sempre sobre o tipo de informação que estão acessando.

Explique 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 na qualidade e confiabilidade dos *links* encontrados. Nem sempre o mais popular (e que, portanto, aparece com mais destaque na busca) é o melhor!

2. 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 as aspas e verificar 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

Como conclusão da aula, peça que façam uma reflexão sobre o que aprenderam nesta aula e terminem de preencher o quadro do KWL, caso tenham feito folhas individuais. Caso as colunas estejam na lousa, termine a atividade com eles(as).



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 - Será que posso confiar no que vejo?

Objetivo:

- Entender que não só textos escritos podem ser manipulados e aprender a fazer verificação de imagens.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** refletir, discutir, analisar, planejar Vídeo ou apresentação, criar documentos colaborativos.
- **Referências para o(a) professor(a):**
 - **Plano de Aula:** Leitura reflexiva de imagens

- **Vídeo:** Multiletramentos: como ler de forma reflexiva em qualquer formato.
- **Referências para os(as) estudantes:**
 - **Vídeo:** Memes, GIFS e emojis - Me Explica, Vai!
 - **Site:** This person does not exist

ATIVÇÃO:

Nesta aula, vamos discutir a necessidade de refletir sobre mensagens com imagens. Comece discutindo com os(as) estudantes outros tipos de mensagens que devemos questionar além das escritas. Retome as discussões das aulas iniciais, nas quais vimos que as informações chegam até nós não só pelas mídias tradicionais, mas por inúmeros outros canais, bem como a leitura reflexiva de qualquer mensagem, seja ela uma notícia, um *post* ou até mesmo uma embalagem, é uma prática do dia a dia.

Se pararmos para pensar, grande parte da informação que recebemos é visual: memes, *stories* e imagens que circulam no *Whatsapp* trazem informação de forma ágil, mas pouco reflexiva. **Mas se é verdade que uma imagem vale mil palavras, então a mensagem visual precisa ser tratada com o mesmo olhar crítico que os textos, pois tem a mesma capacidade de trazer desinformação.**

Aliás, vale a pena mostrar para os(as) estudantes o artigo sobre imagens de pessoas que não existem, como fez o Canaltech. As imagens são de rostos artificiais a partir de fotos reais!!! É assustador!

DESENVOLVIMENTO

Mostre aos(as) estudantes que existem técnicas para investigar a origem e a veracidade do conteúdo visual. Para saber se uma foto é o que diz ser apresente algumas estratégias. Se eles(as) tiverem acesso a computadores e *internet* durante a aula, você pode propor uma atividade de "**Detetives de imagem**". Divida a sala em grupos e peça que cada um pesquise imagens diferentes pré-selecionadas por você. Antes disso, porém, apresente as estratégias e depois explique como fazer uma busca reversa de imagens (detalhamento a seguir).

Quando analisamos uma imagem, é importante se certificar:

- 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

- 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 por 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 desse 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 também 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 também localizar a primeira aparição dessa imagem na *internet*, pois 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.

Há vários vídeos disponíveis na rede explicando como o recurso funciona.

** Dicas compiladas pelo grupo Caçadores de Balela do primeiro Mediathon Educação para a Informação.*

FECHAMENTO

Promova uma discussão sobre o aprendizado da aula e sobre o que os detetives encontraram.



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 - Olhos e ouvidos podem ser manipulados?

Objetivo:

- Compreender o alcance dos avanços tecnológicos para alteração de vídeos por meio da inteligência artificial.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** refletir, discutir, analisar, planejar Vídeo ou apresentação, criar documentos colaborativos, fazer um roteiro para *podcast*
- **Referências para o(a) professor(a):**
 - Trilhas ensinam professores a produzir *podcasts*
- **Referências para os(as) estudantes:**
 - **Vídeo:** Deep Fake - Me Explica, Vai!

ATIVAÇÃO:

Depois das atividades de busca reversa de imagens e de descobertas às vezes surpreendentes sobre a origem e autenticidade de fotos que circulam em mensagens das quais muitas vezes sequer suspeitamos, a turma a esta altura já deve intuir que fotografias e filmes ou vídeos não são exatamente (ou necessariamente) a expressão da verdade dos fatos.

Nesta aula, o tópico são as *deep fake*, como são chamados os vídeos alterados por meio de inteligência digital e que, mais uma vez, invalidam um ditado que já foi popular: não basta mais ver ou ouvir para crer, é preciso investigar.

Comece perguntando aos(às) estudantes o que sabem sobre as *deep fake* (ou mentiras profundas, em tradução literal).

DESENVOLVIMENTO

Divida a sala em pequenos grupos e peça que assistam ao vídeo Deep Fake - Me Explica, Vai! Os grupos assistem e debatem o vídeo, refletindo sobre:

- O que são as *deep fake*?
- Quais os impactos podem ter?
- Como identificar esses vídeos manipulados?

FECHAMENTO

Cada grupo deve preparar uma síntese dos pontos mais importantes do vídeo e criar um roteiro para gravar um *podcast* sobre as *deep fake*.



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 - Checar os fatos não é só tarefa de jornalistas

Objetivo:

- Explorar como agências de verificação fazem suas checagens e aprender estratégias de combate à desinformação.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** refletir, discutir, analisar, planejar Vídeo ou apresentação, criar documentos colaborativos.
- **Referências para o(a) professor(a):**
 - **Plano de aula:** [Checagem na sala de aula](#)
- **Referências para os(as) estudantes:**
 - **Texto:** [Checando as agências de fact-checking](#)
 - **Vídeo:** <https://youtu.be/vSs8pStib5U>
 - **Site:** <https://educamidia.org.br/os-limites-do-fact-checking/>

ATIVACÃO:

Embora a compreensão e valorização do papel do jornalismo na democracia não sejam disseminadas como deveriam, não é difícil se dar conta de que é por causa do jornalismo que temos acesso a informações cruciais que nos ajudam a tomar decisões mais conscientes em diversas áreas, da política ao entretenimento. Isso porque antes de um assunto vir a público, todo um trabalho de investigação, pesquisa, entrevistas e checagem para confirmar a veracidade das informações acontece, ou seja, essas etapas diferenciam a produção jornalística de outros tipos de conteúdo que são produzidos sem os mesmos padrões de confiabilidade e profissionalismo.

A **crise da desinformação**, no entanto, deu espaço para diversas **agências e entidades independentes** se ocuparem primordialmente em comprovar a veracidade de boatos, memes, conteúdos viralizados ou ainda declarações de pessoas públicas. São as agências de verificação fazendo o chamado *fact checking*, termo também utilizado no Brasil.

O contexto é conhecido: superabundância de mensagens circulando, muitas delas falsas, e a possibilidade de qualquer pessoa - incluindo aquelas sem a menor preocupação com a precisão das informações - alcançar grandes audiências. A necessidade cada vez mais urgente: checar essas informações o quanto antes, já que podem inclusive colocar a vida de pessoas em risco.

Surgidas de forma mais organizada na década de 1990, nos Estados Unidos, as agências de verificação confrontam histórias com dados, pesquisas e registros. E assim nos ajudam a filtrar informações. Portanto, temos todos muito a aprender com elas.

Você sabia?

Só para se ter uma ideia deste cenário, entre aquele 2014 e 2019, o número de entidades que se dedicam exclusivamente a detectar informações falsas cresceu quase cinco vezes em todo o planeta. Segundo o Duke Reporters' Lab (Universidade de Duke), instituição que mapeou essas experiências, atualmente há pelo menos 210 grupos desse tipo trabalhando em 68 países.

O Instituto Poynter, nos Estados Unidos, tem um projeto de checagens feito por jovens para jovens (**Teen Fact-Checking Network**). Os jovens gravam Vídeos mostrando como fizeram suas verificações de Vídeos do YouTube e dão algumas dicas de verificação. Eles seguem os padrões da International Fact-Checking Network, a rede mundial de checadores de fatos, da qual as agências brasileiras também são signatárias. A página do projeto está em inglês, assim como os Vídeos, mas os(as) estudantes podem usar os recursos de tradução do navegador e a tradução automática do Vídeo. <https://www.poynter.org/teen-fact-checking-network/> Sugira que explorem em casa para a próxima aula. Segundo pesquisas nos Estados Unidos, essa rede feita por jovens tem estimulado muitos outros a fazer suas próprias checagens.

Pergunte aos(às) estudantes se eles(as) conhecem o trabalho dessas agências e peça que cite experiências que tenham vivenciado com desinformação. Estimule-os(as) a retomar temas já discutidos na Eletiva, como a complexidade do ambiente informacional e do combate à desinformação quando se sabe que nem tudo é questão de verdade ou mentira.

Você também pode retomar exemplos de momentos em que o debate público foi invadido por boatos, fotos e vídeos manipulados e outros tipos de informações falsas ou distorcidas.

O tema dessa aula é justamente aprender com o trabalho dos *fact-checkers* para poder contribuir para um ambiente informacional mais saudável. E mais ainda: é também atuar como um *fact-checker* e impedir que informações falsas circulem.

DESENVOLVIMENTO:

A essa altura, os(as) estudantes já viram várias estratégias para interrogar a informação e na verdade é isso o que um *fact checker* faz. Peça que assistam ao vídeo sobre a História do fact checking disponível no *site* da Agência Lupa, e na sequência, O que é fact-checking, da Agência Pública.

Depois disso, eles(as) devem entrar no *site* da Agência Lupa e pesquisar sobre a metodologia usada para checagem de informações.

Os oito passos da agência são:

- 1- Leia tudo sobre o assunto da checagem;
- 2- Busque bancos de dados oficiais;
- 3- Use a lei de acesso à informação;
- 4- Procure as assessorias de imprensa;
- 5- Vá a campo;
- 6- Fale com especialistas;
- 7- Ouça outro lado;
- 8- Publique, linkando as fontes.

Depois disso, divida a sala em grupos e peça que leiam o texto “Entenda as Etiquetas da Lupa”, disponível no *site*, e discutam sobre elas.

Este é um bom momento para ressaltar uma estratégia com a qual todos podem se beneficiar: a **leitura lateral**. Ela é inspirada no trabalho de jornalistas especializados em checagem de informações, treinados para fazer as verificações no menor tempo possível.

A ideia central desta estratégia é a de que o melhor caminho para avaliar a confiabilidade de um site ou mensagem é saindo o quanto antes dele, abrindo novas abas de pesquisa no navegador. Daí o nome "leitura lateral", em oposição ao que normalmente fazemos que é explorar páginas da internet de "alto para baixo". Checar se outros *sites* estão dando a mesma notícia ou confirmando de alguma forma a informação é algo simples e rápido, e que deveríamos todos incorporar na rotina quando não temos certeza da confiabilidade da fonte ou autoria.

FECHAMENTO:

Ainda em grupos, os(as) estudantes deverão fazer uma pesquisa sobre agências de verificação no Brasil e apresentar brevemente suas conclusões sobre a checagem de informações e sobre os hábitos de investigação e questionamento diante das informações discutidos ao longo da Eletiva.

Para a próxima aula, os grupos devem escolher uma mensagem que tenha circulado em suas redes ou de seus amigos e familiares e sobre a qual não estão seguros sobre confiabilidade ou autoria. Se achar mais prudente, selecione algumas mensagens que já foram verificadas pela Agência Lupa ou por qualquer outra, e peça que façam a checagem. **Cada grupo deverá fazer a apresentação da verificação na próxima 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 18 - #Eu checo antes de compartilhar!

Objetivo:

- Explorar os mecanismos de checagem de informações por agências de verificação e praticar estratégias de combate à desinformação, reconhecendo o papel de cada um neste processo.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** refletir, discutir, analisar, preparar, criar documentos colaborativos.
- **Referências para o(a) professor(a):**
 - **Vídeo:** [Entrevista ao Vivo sobre fact-checking](#)
- **Referências para os(as) estudantes:**
 - **Vídeo:** [Redes Para O Bem: Renê Silva](#)

ATIVACÃO:

Converse com os(as) estudantes sobre a experiência da checagem da informação. Pergunte sobre os desafios que enfrentaram, como fizeram suas buscas, quanto tempo levaram e como avaliam a experiência. Discuta também o que acharam dos vídeos feitos pela *Teen Fact-checking Network (TFCN)*.

DESENVOLVIMENTO:

Peça que cada grupo apresente a informação que foi checada, o que os levou a querer fazer a verificação, as estratégias utilizadas para as pesquisas e a importância de checar informações. Questionem-se se pretendem tornar a checagem das mensagens que recebem um hábito e que tipos de mensagem devem ser checadas.

FECHAMENTO:

Cada grupo deve preparar uma mídia, que pode ser um texto curto, um infográfico ou ainda um cartaz sintetizando o aprendizado com a checagem de informação.

Para a próxima aula, sobre algoritmos, peça aos(as) estudantes que façam a seguinte **tarefa em casa**. Todos devem entrar no Google e pesquisar a mesma coisa (defina um tópico com eles(as), um país, por exemplo). Peça que façam um *print* da tela com os resultados iniciais da busca e enviem para o professor utilizar na próxima 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 19 - O que há por trás das nossas interações na rede

Objetivo:

- Conhecer o funcionamento dos algoritmos como engrenagem básica da *internet* e das redes sociais e entender o impacto que têm na forma como vemos o mundo.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** refletir, discutir, analisar, planejar perguntas para uma entrevista.
- **Referências para o(a) professor(a):**
 - **Vídeo:** Algoritmos, viés e representação
- **Referências para os(as) estudantes:**
 - **Vídeo:** Educação Midiática no dia a dia: Porteiros da informação

ATIVAÇÃO:

Algoritmos, quem é que já não ouviu essa palavra? Mas será que compreendemos seu significado? E, mais ainda, será que já nos demos conta de que, além de estar por toda parte, eles têm impacto crescente no nosso cotidiano?

A proposta dessa aula é discutir o papel que os algoritmos desempenham na nossa experiência *on-line* e de que forma contribuem para moldar o mundo. Isso mesmo, moldar. (Isso vai ficar mais claro na aula sobre a bolha dos filtros).

Comece a aula retomando o tópico das buscas na *internet* e o fato de que os resultados, mesmo que você e um colega ao seu lado usem as mesmas palavras-chave, serão sempre diferentes. Use os exemplos das páginas que eles enviaram sobre o tópico buscado.

Pergunte a eles(as) por que acham que algumas plataformas sugerem produtos específicos para cada um de nós (filmes, no caso do Netflix, livros ou outros itens de consumo como faz a Amazon, músicas, para usuários do Spotify, entre muitos outros exemplos) ou por que as mensagens que leem em seus *feeds* parecem trazer sempre uma versão afinada com o que pensam.

A resposta para todas essas questões é: por causa dos algoritmos, que criam bolhas personalizadas. Por definição, os algoritmos são um conjunto de regras para executar uma tarefa ou resolver um problema. Na prática, aquilo que deveria ser uma "receita básica" para o computador operar se transforma em uma receita personalizada que será diferente para cada usuário.

A ação dos algoritmos faz com que seja possível recebermos conteúdo personalizado na *internet* – incluindo resultados de buscas, notícias, anúncios e recomendações. Os algoritmos analisam nosso histórico de navegação, curtidas, compras, nossa localização e até mesmo fatores externos como a velocidade de nossa digitação ou qual computador estamos usando para determinar o que vão nos mostrar. Se por um lado isso pode nos garantir resultados locais para as pesquisas ou boas recomendações de livros e filmes, por outro lado faz com que tenhamos cada vez menos poder de escolha sobre o que estamos vendo ou deixando de ver.

DESENVOLVIMENTO:

Divida a turma em pequenos grupos para que assistam ao vídeo Como os algoritmos das redes sociais funcionam, disponível na página da DW Brasil do You Tube. Caso não seja possível acessar a *internet*, leve um texto explicando como funcionam para que possam ler.

FINALIZAÇÃO:

Na parte final da aula, a atividade consiste em preparar uma **lista de questões para uma entrevista** em um documento compartilhado, se tiver *internet* ou numa folha de papel. O entrevistado pode ser, por exemplo, Mark Zuckerberg, fundador do Facebook, dono do Instagram. Que indagações fariam para entender melhor o funcionamento dos algoritmos a alguém que criou a rede social mais acessada do mundo? Cada grupo

deve fazer 3 a 5 questões. Antes de terminar a aula, todas as perguntas são discutidas para um documento final com as perguntas da Eletiva.



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 - Será que todo mundo vive numa bolha?

Objetivo:

- Compreender a ameaça que os filtros de personalização criados pelos algoritmos representam para nossa percepção do mundo.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** refletir, discutir, analisar, definir estratégias.
- **Referências para o(a) professor(a):**
 - **Vídeo:** Cuidado com as bolhas de filtro *on-line*, Eli Pariser (TEDTalk)
- **Referências para os(as) estudantes:**
 - **Texto:** A nova bolha, de Juliana Carpaneze (Tab.uol)

ATIVACÃO:

Uma das graves consequências de termos nossas atividades nas redes sociais identificadas e rastreadas é o que ficou conhecido como a bolha dos filtros: **bolhas personalizadas** com conteúdos que os algoritmos selecionam para cada um de nós, de modo que somos expostos apenas a ideias parecidas com as nossas. Comece perguntando se os(as) estudantes já ouviram alguém usar a frase "vivendo em uma bolha" e o que acham que isso significa.

Alguém já teria se sentido como se estivesse "vivendo em uma bolha"? Por quê? Peça que compartilhem suas experiências. É lembre-os de que podemos nos sentir numa bolha em relação ao nosso bairro, escola, trabalho ou ainda nos grupos dos quais participamos.

Explique que "viver em uma bolha" significa que as pessoas e ideias com as quais você interage e as experiências que você tem em sua vida diária são de alguma forma diferentes ou separadas daquelas no mundo maior ao seu redor. O fenômeno das bolhas também se aplica à experiência *on-line*, e, graças ao trabalho dos algoritmos, forma a **bolha dos filtros**.

DESENVOLVIMENTO:

Divida a sala em pequenos grupos e peça que assistam a TED Talk de Eli Pariser, o autor do livro *O filtro invisível, o que a internet está escondendo de você*. O americano mostra o perigo de sermos expostos apenas a informações que, em vez de ampliar ou desafiar nossa visão de mundo, confirmam nossas crenças.

Explique aos(às) estudantes que a questão essencial nessa discussão é "Como as bolhas dos filtros limitam a informação que chega até nós?" Caso não seja possível assistirem ao vídeo em sala, uma alternativa, embora não tão interessante, é entregar a eles(as) a transcrição da fala de Eli Pariser numa folha impressa. Ela fica disponível na página do vídeo TED.

Peça que os grupos respondam às seguintes perguntas depois de verem o vídeo:

1. Como Pariser começou a notar o fenômeno das bolhas dos filtros?
2. Quando ele fala sobre "legumes de informação" e "sobremesa de informação", o que quer dizer com isso?
3. Quando ele menciona a mudança de porteiros da informação humanos para algorítmicos controlando nosso acesso à informação, a que está se referindo?
4. O que Pariser espera de plataformas como Google e Facebook?

As respostas devem se aproximar de:

Pariser notou pela primeira vez bolhas de filtro quando viu que as postagens de seus amigos conservadores estavam desaparecendo de seu *feed* de mídia social. Ele percebeu que o Facebook estava "editando" seus *feeds*, com base em sua maior interação com os *links* dos *feeds* de seus amigos liberais.

Quando Pariser fala sobre "vegetais de informação" e "sobremesa de informação", ele está comparando alimentos não saudáveis com informações não saudáveis. "Sobremesa de informação" refere-se a conteúdos que podem ser divertidos, mas não essenciais, em comparação com "vegetais de informação" ou as notícias e coisas realmente importantes que acontecem em nossas comunidades e no mundo.

Ele afirma que os algoritmos podem desequilibrar isso, servindo muito "*junk food* de informação" em vez de uma dieta equilibrada de informação. É importante ter uma dieta balanceada de informações para que possamos ser apresentados a uma variedade de ideias e perspectivas que nos ajudem a ser educados e informados sobre o mundo.

Sobre os porteiros da informação, é bom lembrar que, como já vimos, as notícias e o jornalismo tinham "guardiões" humanos, que eram as empresas de comunicação que selecionavam o que chegaria ao público. Atualmente esse papel é exercido por algoritmos que decidem o que veremos e o que não veremos. Os algoritmos não podem tomar decisões éticas como os humanos e não "nos mostram coisas que são desconfortáveis, desafiadoras ou importantes". Isso é um problema porque se não formos expostos a uma variedade de perspectivas e ideias, nossa sociedade sofrerá. Uma democracia saudável depende de um fluxo livre de ideias.

Pariser apela às empresas de tecnologia para "garantir que os algoritmos tenham codificado neles um senso de vida pública, um senso de responsabilidade cívica". Ele apela às empresas para dar aos usuários mais controle sobre as informações que recebem.

FINALIZAÇÃO:

Discuta as respostas dos(as) estudantes. Então pergunte por que as bolhas de filtro são um problema e coloque na lousa uma síntese:

- As pessoas não serão expostas a uma variedade de fontes e pontos de vista sobre uma questão.
- As pessoas ficarão desinformadas se não ouvirem todos os lados de uma questão.
- As pessoas terão menos probabilidade de mudar de ideia sobre algo se não forem expostas a novas ideias.

Para terminar a aula, converse com os(as) estudantes estratégias para **"furar a bolha"**. Peça que reflitam sobre o que veem em seus *feeds* de mídia social e em outros *sites* que visitam e sobre o tipo de postagens, artigos, *links*, anúncios etc., que podem estar dentro da bolha de cada um. Em seguida, eles(as) devem refletir sobre as etapas que poderiam seguir para **estourar a bolha do filtro**.

Apresente as estratégias a seguir.

Como furar a bolha informacional?

- **Apague regularmente o seu histórico de navegação no seu navegador;**
- **Limpe o cache e apague os "cookies" de seu computador;**
- **Procure curtir ou seguir algumas páginas ou veículos com opiniões contrárias à sua (lembre-se de discutir respeitosamente);**
- **Varie a sua "dieta informacional" deliberadamente, consumindo notícias de veículos jornalísticos com posições ou especialidades diversas.**

Se ainda quiser explorar mais o tema, os conteúdos em A nova bolha, disponível no tab.uol.com.br, são uma ótima oportunidade. O HQ que ilustra a matéria mostra bem como seria a história das bolhas na vida *off-line*, pode ser utilizado como referência para aprofundamento.



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 - Com qual meme que eu vou?

Objetivos:

- Apresentar o meme como uma linguagem articulada com elevado potencial de promover uma comunicação eficiente, oferecendo subsídios para um processo de leitura crítica.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** refletir, discutir, analisar, planejar Vídeo ou apresentação, criar documentos colaborativos.
- **Referências para o(a) professor(a):**
 - **Vídeo:** Os memes e o universo da informação
 - **Plano de Aula:** Memes na comunicação
- **Referências para os(as) estudantes:**
 - **Vídeo:** Memes, GIFS e emojis - Me Explica, Vai!

ATIVAÇÃO:

O tema desta aula dispensa apresentações. Afinal, já faz tempo que os memes invadiram a cultura digital de forma tão ampla que ajudam a definir nossa comunicação nas redes sociais.

Em geral, visto como um recurso bem-humorado e engraçado para transmitir ideias, e com alta capacidade de viralizar, os memes vão muito além de risadas e distração. Por isso, estão cada vez mais presentes na escola. Segundo o pesquisador Viktor Chagas, coordenador do projeto #MUSEUdeMEMES, da Universidade Federal Fluminense, "meme é coisa séria"! O projeto coleta, monitora e organiza, desde 2011, referências bibliográficas relacionadas ao universo da pesquisa acadêmica sobre memes, comunidades virtuais, e conteúdos gerados por usuário (UGC).

Como qualquer outra mensagem construída que pode carregar mentiras, boatos e materiais íntimos, os memes precisam ser analisados criticamente. Por terem potencial de se alastrar muito rapidamente, eles não devem ser vistos apenas como engraçadinhos e inocentes, mas como mensagens que podem ser muito prejudiciais, individual e coletivamente.

Por tudo isso, eles merecem ser analisados, questionados, como todas as mensagens construídas.

A análise de um conteúdo viral (que pode ter vários formatos, entre os quais o de meme) pode levar estudantes a chegarem a conclusões importantes para questões como: O fato de algum conteúdo ter viralizado é bom ou ruim? Você já compartilhou algum conteúdo viral? Quais são as principais características que um conteúdo precisa ter para viralizar? Se um meme compromete a imagem de uma pessoa pública ou uma marca, você o divulgaria? E se for um político? O que você acha que tem mais impacto: uma notícia ou um meme?

Como produtores de conteúdo e, claro, de memes, os(as) estudantes precisam refletir sobre quais frases e imagens podem usar na confecção desses materiais.

É sobre essas questões que trataremos nesta aula e na seguinte.

Comece a aula exibindo um meme (tente o repositório para pesquisa do www.museudememes.com.br). Promova uma discussão a partir das perguntas: O que você vê? Em que contexto esse meme pode ter surgido? Qual você acha que é a mensagem?

Peça aos(às) estudantes para, em pares, escolherem um meme da coleção e preencherem a seguinte frase: “A intenção desse meme é nos fazer refletir sobre (...).” (pode ser em um doc. colaborativo se tiverem acesso). Discuta com o grupo as frases geradas.

DESENVOLVIMENTO

Apresente os [slides](#) da aula para discutir a linguagem dos memes: como são criados e distribuídos, como sintetizam informações e opiniões, e como podemos refletir sobre seu conteúdo e impacto.

FECHAMENTO:

Antes de descrever a tarefa de casa, peça aos(às) estudantes que indiquem uma palavra relacionada a memes; capture-as em um aplicativo de nuvem de palavras, no quadro ou em um doc.

Para a próxima aula, proponha as seguintes perguntas para reflexão (ou distribua-as entre os grupos). Peça aos(às) estudantes para trazerem um exemplo para ilustrar.

- Os memes são uma forma eficaz de transmitir uma mensagem? Por quê?
- Um meme pode ser opinativo? Informativo? Jornalístico?
- Um meme pode ser educativo?
- Um meme pode ofender ou discriminar? Pode espalhar desinformação?
- Um meme pode violar o direito de imagem? E a privacidade?
- Quais as nossas responsabilidades ao produzir um meme? E ao compartilhar?



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 - No laboratório de memes

Objetivos:

- Analisar e criar memes, refletindo sobre seu papel no universo da informação.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** refletir, discutir, analisar, planejar Vídeo ou apresentação, criar documentos colaborativos.
- **Referências para o(a) professor(a):**
 - **Plano de Aula:** Memes na comunicação
 - **Apresentação:** Mão na mídia
- **Referências para os(as) estudantes:**
 - **Site:** Museu de memes

ATIVIZAÇÃO:

Nesta aula, comece apresentando três ou quatro exemplos de memes e faça uma enquete (Mentimeter, Google Forms ou mesmo levantando a mão), perguntando: este meme é engraçado ou ofensivo? Este meme é informação ou opinião? Etc.

Peça aos(as) estudantes que apresentem os exemplos que trouxeram de casa e suas conclusões sobre as perguntas propostas. Pontos a destacar na discussão:

- Explicar o potencial de alcance dos memes e destacar a questão da responsabilidade que se tem ao compartilhar ou criar um meme.
- Discutir os riscos de invasão de privacidade ou de espalhar desinformação.
- Promover uma rápida discussão sobre humor, destacando que textos humorísticos e satíricos não são necessariamente inofensivos.
- Um meme pode comprometer a imagem de uma pessoa pública, de uma marca ou mesmo de um cidadão comum. Que atitude precisamos ter diante desse tipo de conteúdo?

DESENVOLVIMENTO:

Agora os(as) estudantes vão colocar a mão na massa e fazer um verdadeiro laboratório de memes. Peça que escolham um tema da atualidade entre 2 ou 3 opções oferecidas.

Os(as) estudantes deverão:

- Elaborar uma mensagem em forma de texto: “A intenção desse meme é nos fazer refletir sobre (...).”;
- Transmitir essa mesma mensagem na forma de meme;
- Adicionar o meme a um ambiente colaborativo (Google Fotos, Padlet, Slides, Powerpoint ou qualquer outro).

FECHAMENTO:

Nesta parte final da aula, proponha a seguinte reflexão e discussão: **o meme pode ser coisa séria? Por quê?**



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

Aula 23 - Números que contam histórias

Objetivo:

- Demonstrar que interagimos com gráficos e estatísticas o tempo todo e em diversos veículos e que estes dados em forma de imagem servem para informar, persuadir e, ocasionalmente, desinformar.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** refletir, discutir, analisar, planejar vídeo ou apresentação, criar documentos colaborativos.
- **Referências para o(a) professor(a):**
 - **Vídeo:** [Infografia](#)
 - **Plano de Aula:** [Número que contam histórias](#)

ATIVAÇÃO:

A aula hoje vai tratar de um tema cada vez mais importante no universo da informação: a **visualização de dados**. Essenciais para a compreensão de fenômenos sociais e naturais, os dados podem nos dizer muita coisa. O trabalho conjunto de jornalistas e designers para a visualização de dados explicita as histórias por trás dos números e, ao torná-los visíveis em representações gráficas, apresentam informações nem sempre evidentes de forma acessível.

No entanto, como em qualquer tipo de leitura, é preciso estar atento e saber analisar tabelas e gráficos. Essa habilidade, como todas as outras contempladas pela educação midiática, é essencial para a vida. Você encontra um *pdf* com *slides* para apoiar a sequência da aula [aqui](#).

Escolha um gráfico/mapa retirado de uma matéria jornalística ou publicitária e apresente para a turma, omitindo detalhes como título e outras informações que induzam a interpretações dele. Depois de algum tempo analisando atentamente o gráfico, peça para os(as) estudantes responderem essas quatro perguntas:

- ✓ O que você percebe?

- ✓ O que você imagina?
- ✓ O que fez com que você ficasse curioso sobre o gráfico?
- ✓ O que está acontecendo neste gráfico?
- ✓ Escreva um título atraente que capture a ideia principal do mapa.

DESENVOLVIMENTO:

Agora é hora de todos(as), em duplas, escreverem as respostas às perguntas da ativação. Elas foram pensadas sequencialmente, então devem ser respondidas em ordem. Comece com “eu percebo”, depois “eu imagino” e termine com um título atraente. Eles(as) podem responder verbalmente, digitalmente (usando recursos como mentimeter.com ou Google Forms, por exemplo) ou em papéis. O trabalho em dupla estimula a troca de ideias e a resposta deve vir de um consenso entre os dois estudantes.

Abra uma discussão com a turma, mostrando algumas das respostas e evidenciando as divergências e convergências entre elas. Depois de algum tempo de conversa, mostre mais um ou dois gráficos diferentes, mas que representam a mesma informação. Podem ser de matérias e veículos diferentes ou da mesma matéria do primeiro gráfico. O que mudou na maneira de ler as informações? Os(as) estudantes mudaram de ideia em relação ao primeiro gráfico depois de ver o segundo?

FECHAMENTO:

Depois da discussão, revele as fontes dos gráficos e compare a percepção inicial dos(as) estudantes (especialmente o título criado) com o contexto em que ele foi apresentado pelo veículo de informação. Pergunte se os gráficos sozinhos levaram às mesmas conclusões que acompanhados de textos.

Ressalte como os dados ajudam a contar uma história e como são um recurso importante na divulgação de informações. E o quanto eles podem ser manipulados.

Para a próxima aula, peça que os(as) estudantes, em duplas ou trios, façam um **infográfico** sobre algum dado que tenha a ver com a Eletiva. A Plataforma [Venngage](#) mostra alguns modelos de infográficos e quando usá-los. Os(as) estudantes podem também fazer uma pesquisa sobre um tema de seu interesse e selecionar um infográfico do qual tenham gostado. Na próxima aula, eles(as) irão trazer o infográfico que fizeram ou o que selecionaram.

Lembre-os(as) de que os infográficos são um tipo de matéria jornalística rica em informação visual. Eles reúnem texto escrito, desenhos figurativos e gráficos estatísticos e são uma forma excelente de contar histórias.



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 - Os detalhes que podem enganar (continuação gráficos)

Objetivo:

- Analisar narrativas com dados e praticar leitura reflexiva de dados e infografia.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** refletir, discutir, analisar gráficos, planejar vídeo ou apresentação, criar documentos colaborativos.
- **Referências para o(a) professor(a):**
 - Alberto Cairo, Como os gráficos mentem
- **Referências para os(as) estudantes:**
 - Vídeos sobre Visualização de dados

ATIVAÇÃO:

Retome a discussão da aula passada sobre a leitura reflexiva de dados e infografia, e reforce a importância de compreender como a informação bruta vinda de tabelas ou gráficos é utilizada na construção de narrativas (reportagens, artigos de opinião, propaganda, campanhas de utilidade pública etc.). E como em qualquer construção, aqui também podemos ser enganados se não fizermos perguntas.

Peça que os(as) estudantes apresentem os infográficos que selecionaram ou produziram.

DESENVOLVIMENTO:

Como os gráficos também podem ser usados de maneira enganosa (mesmo que bem-intencionada), os(as) estudantes precisam entender como isso acontece. Divida-os(as) em 3 grupos ou múltiplos de 3 e distribua as [atividades](#) que trazem a mesma informação apresentada em dois gráficos diferentes. Eles(as) devem escolher qual gráfico é mais adequado e justificar textualmente e/ou por meio de apresentação para a turma.

FECHAMENTO

Promova uma discussão com a turma. Por que é importante saber ler dados e gráficos? Qual a importância desse tipo de comunicação na sociedade? Qual a diferença entre os gráficos estáticos e os interativos, em termos de compreensão? Discuta a afirmação: “os números contam histórias”.



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 - Minha voz nas redes

Objetivo:

- Entender as linguagens próprias das redes sociais e as oportunidades de engajamento, mobilização e participação por meio delas.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** refletir, discutir, analisar, planejar Vídeo ou apresentação, criar documentos colaborativos.
- **Referências para o(a) professor(a):**
 - **Plano de Aula:** [Quem é quem nas redes sociais](#)
 - **Apresentação:** [slides](#)
 - **Glossário:** [Redes sociais](#)
- **Referências para os(as) estudantes:**
 - **Vídeo:** [Redes Sociais - Me Explica, Vai!](#)
 - **Vídeo:** [Educação Midiática no Dia a Dia Quem Tem Voz Nas Redes?](#)

ATIVACÃO:

A *internet* e as redes sociais abriram espaço para novas e inúmeras vozes que antes não ecoavam. A pluralidade na comunicação, no entanto, possibilita debates ricos e poderosos, mas também impõe desafios enormes. A questão é ter responsabilidade e saber nosso papel ao consumir e ao produzir informação. Peça que os(as) estudantes retomem suas anotações sobre a dieta informacional e analisem novamente o peso das redes sociais em seu consumo diário de informação. Provavelmente, ele vai ser grande se seguir os números do Brasil: segundo um importante [relatório de 2020](#) que acompanha o tema no mundo, somos o terceiro país em que pessoas passam mais tempo diariamente em aplicativos.

Apresente aos(às) estudantes o vídeo [Redes Sociais - Me Explica, Vai!](#), que fala do uso responsável das redes sociais.

Utilize os [slides](#) da aula para explicar o que é uma rede social, os elementos que definem esse tipo de ambiente e como podemos fazer uso fortalecedor delas. Retome estratégias já abordadas como as perguntas ao analisar mensagens de mídia.

Em pequenos grupos ou com a sala toda, peça que os(as) estudantes listem as redes sociais em que são atuantes e reflitam sobre o tipo de conteúdo que costumam produzir ou compartilhar. Algumas sugestões de perguntas para instigar a conversa:

- Para que usamos as redes sociais? O que você faz nelas com mais frequência?
- Você já participou de alguma discussão acalorada nas redes sociais? Por quê?
- Você acha que as pessoas se comportam de forma diferente nos ambientes *on-line* e *off-line*? Se sim, por quê?
- Você já promoveu ou participou de algum tipo de mobilização nas redes sociais? (Ex. “vaquinha”, campanhas em prol do meio ambiente, movimentos contra o racismo etc.)

DESENVOLVIMENTO:

Apresente aos(às) estudantes exemplos de mobilização nas redes sociais, como campanhas de vacinação, desperdício de alimentos, de defesa de minorias ou de outro tema que faça sentido em sua comunidade.

Divididos em grupos, eles(as) deverão analisar as características das campanhas de mobilização, considerando:

CAMPANHA [título ou identificação da campanha];

IMAGENS OU OUTRO RECURSO VISUAL [como a campanha busca chamar atenção];

LINGUAGEM E TOM [frase de efeito, hashtag, slogan etc.];

INTERAÇÃO OU ENGAJAMENTO [Postagem gerou comentários? de que tipo?];

PÚBLICO-ALVO [a quem se destina a campanha].

Se quiser, imprima e distribua uma tabela a ser preenchida pelos(as) estudantes.

FECHAMENTO

Reflita com os(as) estudantes sobre a importância das redes sociais para nos informar sobre causas que nos são caras e seu papel de mobilização. Como tarefa, peça aos(às) estudantes para que pensem sobre problemas em sua comunidade que gostariam de solucionar e pesquisem se algo já foi feito nas redes a esse respeito.



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 - Criar para mobilizar

Objetivos:

- Criar campanhas de engajamento ou utilidade pública, praticando a análise e a autorreflexão enquanto autor.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** refletir, discutir, planejar e criar peças de mídia em diferentes linguagens
- **Referências para o(a) professor(a):**
 - **Texto:** Ensinar e aprender com o Twitter
 - **Apresentação:** Slides
 - **Glossário:** Participação cidadã
- **Referências para os(as) estudantes:**
 - Projeto Jovens Transformadores Ashoka

ATIVACÃO:

Relembre brevemente os conceitos trabalhados na aula anterior. Trabalhe colaborativamente com os(as) estudantes (**em um documento compartilhado, um mapa mental digital ou no quadro**) para que reflitam sobre causas importantes para sua comunidade que poderiam gerar mobilização nas redes sociais. Façam uma lista das possibilidades, como doações de livros para a biblioteca da escola, mais áreas verdes no bairro, arrecadação de roupas no inverno etc., e, se possível, explore com eles(as) os projetos de Jovens Transformadores do Projeto Ashoka. Caso trabalhe no quadro, fotografe/peça aos(às) estudantes que fotografem).

Depois disso, eles(as) devem se unir em grupos de acordo com o problema que mais gostariam de solucionar.

DESENVOLVIMENTO

É hora de criar! Ofereça voz e escolha aos(às) estudantes, deixando que cada grupo selecione a rede social em que gostaria de veicular sua campanha (*Twitter, Instagram, TikTok, Facebook etc.*).

Sempre vale ressaltar com a turma o fato de que todas as mídias têm linguagens próprias e é preciso também refletir sobre isso ao criarmos conteúdos para definir os mais adequados para o propósito da criação. Descobrir o que interessa contar, e como, oferece aos(às) estudantes a oportunidade de praticar o

pensamento crítico e aprender a lidar com o universo da informação, refletindo também sobre como gerar mais engajamento com a mensagem que irão postar.

Eles(as) deverão criar *posts*, frases, *hashtags* e quaisquer outros recursos necessários para produzir a campanha. Utilize a lista de passos nos [slides](#) da aula para organizar a produção.

A seguir, veja uma sugestão com etapas para apoiar os(as) estudantes no planejamento e na execução de sua criação.



FECHAMENTO

Para fechar a aula, proponha a seguinte reflexão:

- Qual é a relevância das redes sociais para envolver mais pessoas em prol de uma causa?
- De que outras maneiras você pode atuar nas redes sociais de forma a ajudar a sociedade?



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 - Quem é quem nas redes sociais

Objetivos:

- Documentar e analisar um influenciador (ou outro autor digital como divulgador científico, artista, escritor etc.) com forte presença nas redes sociais, de modo a examinar contexto, propósito, valores e escolhas do autor e de sua mensagem.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** refletir, discutir, planejar e criar posts
- **Referências para o(a) professor(a):**
 - **Plano de Aula:** [Quem é quem nas redes sociais](#)
 - **Material:** [Kit de cartas: sociedade conectada](#)
- **Referências para os(as) estudantes:**
 - **Vídeo:** [Influenciadores Digitais - Me Explica, Vai!](#)

ATIVAÇÃO:

Nesta primeira aula sobre influenciadores, vamos discutir quem são eles.

Utilize os [slides](#) da aula para apoiar a sequência didática a seguir.

Comece perguntando quais influenciadores ou outras personalidades/autores digitais eles(as) acompanham em redes sociais. Questione o que mais os(as) atrai nesses canais ou perfis.

Sugestão: usar as informações e perguntas do cartão “Influenciadores digitais” do conjunto de *cards* Sociedade Conectada para provocar reflexões.

DESENVOLVIMENTO:

Peça que os(as) estudantes dividam-se em grupos e que cada grupo escolha um dos influenciadores citados e alguns *posts* desse influenciador para analisar. O conteúdo deve ter sido publicado em uma rede social como *Twitter*, *YouTube*, *TikTok* ou *Instagram*.

Eles(as) deverão avaliar o maior número de informações que puderem, a partir de questões como:

- Quem é esse autor e qual o seu propósito nas redes sociais?
- Quem é a audiência dele?
- Quais técnicas são usadas para atrair a atenção do público?
- Quais valores, estilos de vida e pontos de vista estão representados?
- Como o autor quer que eu me sinta? Ele quer que eu faça algo?
- Este influenciador tem mais de uma rede social? Ela é igual em todos os canais?

FECHAMENTO

Peça aos grupos que reflitam sobre o alcance e o poder que tem um influenciador, e de que forma eles utilizam esse privilégio. Será que todos os influenciadores analisados pelos(as) estudantes utilizam seus canais para disseminar mensagens positivas e/ou contribuir para uma sociedade melhor?

Em preparação para a segunda aula, peça aos(as) estudantes que **pesquisem influenciadores e comunicadores que utilizam sua voz para o bem.**



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 - Influenciadores do bem

Objetivos:

- Refletir sobre o poder dos influenciadores e de que forma ele é utilizado;
- Refletir sobre nossas próprias possibilidades e responsabilidades enquanto autores.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** refletir, discutir, apresentar pesquisa, planejar e criar peças de mídias em diferentes linguagens
- **Referências para o(a) professor(a):**
 - **Plano de Aula:** Quem é quem nas redes sociais
 - **Material:** Kit de cartas: sociedade conectada
- **Referências para os(as) estudantes:**
 - **Vídeo:** Influenciadores Digitais - Me Explica, Vai!

ATIVIZAÇÃO:

Esta aula continua o tema dos influenciadores, mas com foco naqueles que usam o poder de sua voz nas redes para promover o bem.

Peça aos(as) estudantes que compartilhem suas descobertas sobre influenciadores que usam as redes do bem. Se necessário, amplie a pesquisa deles(as) com outros exemplos – sobretudo de redes que eles(as) talvez não utilizem, como *Twitter*. Busque apresentar influenciadores como divulgadores científicos, artistas, escritores e ativistas de várias áreas e temas.

DESENVOLVIMENTO

Após concluídas as apresentações, os(as) estudantes irão trabalhar em dupla para desenvolver cartas em estilo Super Trunfo sobre as pessoas que escolheram. Cada dupla fará, portanto, duas cartas. O objetivo será fazer um conjunto de cartas apresentando influenciadores que estão utilizando a sua voz e o seu alcance para impactar positivamente a sociedade. Oriente as seguintes etapas:

Anote: nome, idade, local de origem, profissão, rede que mais usa, número de seguidores, causa que promove.

Crie: faça uma ilustração (colagem, desenho ou o que preferir) sobre essa pessoa e coloque em uma carta com as informações, no estilo Super Trunfo.

Colabore com os(as) seus(as) colegas: junte todas as cartas e vocês terão a Superliga dos Influenciadores do Bem!

Sugestão: ofereça um modelo simples criado em Word ou Google Doc para que todas as cartas tenham o mesmo formato.

Se estiverem criando em formatos digitais, os(as) estudantes poderão publicar o resultado do seu trabalho em um *site* ou até mesmo nas redes sociais. Se o trabalho for feito com cartazes e desenhos, procure exibi-los em uma exposição em local movimentado da escola. O objetivo é dar visibilidade a esse trabalho e promover o uso saudável e fortalecedor das redes.

FECHAMENTO

Promova uma reflexão para que os(as) estudantes compartilhem os principais desafios de ser um produtor de conteúdo e de que maneira é possível construir uma relação empática e respeitosa com o público para comunicar sua mensagem. Discutam o poder que é comandar a atenção de um grande público, e o que podemos/devemos fazer com esse poder.



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 a 31 - Criar para aprender

Objetivo:

- Compreender o papel que a criação de mídias tem na consolidação do aprendizado e explorar diferentes formas de demonstrar conhecimento.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** refletir, discutir, planejar e criar peças de mídias em diferentes linguagens
- **Referências para o(a) professor(a):**
 - **Plano de Aula:** [Criar para aprender](#)
- **Referências para os(as) estudantes:**
 - **Vídeo:** [Criar para Aprender - Me Explica, Vai!](#)

ATIVACÃO:

Estamos na reta final da Eletiva e este é um bom momento para reforçar alguns pilares da educação midiática, enfatizando novamente que os conhecimentos e habilidades desenvolvidos aqui são essenciais para a vida na sociedade conectada e tecnológica deste século 21, independentemente de que profissão os(as) estudantes irão exercer em alguns anos.

Como diz o Guia da Educação Midiática, "**Saber acessar o ambiente informacional** significa buscar, filtrar e fazer curadoria das informações e ferramentas adequadas a cada necessidade. Ter **capacidade de analisar** implica compreender as mensagens e usar o pensamento crítico para investigar qualidade, veracidade, credibilidade e pontos de vista embutidos nas mensagens, considerando seus possíveis efeitos ou consequências. **Criar**, por sua vez, significa compor ou gerar conteúdo usando criatividade e confiança na autoexpressão, com consciência de propósito, público e técnicas de composição. **Participar** se traduz em trabalhar de forma individual e colaborativa para compartilhar conhecimento e atuar em relação a questões reais do entorno e da comunidade".

Nas próximas quatro aulas, vamos nos dedicar a esse aspecto tão importante no processo de aprendizagem que é a criação de mídias. No livro *Criar para Aprender* (*Create to learn*, sem tradução para o português), a especialista internacionalmente reconhecida em educação digital Renee Hobbs lembra que **as pessoas aprendem melhor quando criam** e que a criação de mídias, além de ser uma forma poderosa de demonstrar o aprendizado é também uma maneira de gerar ideias e transformar informações estáticas em compreensão dinâmica.

Renee lembra que escrever é uma forma importante de representar o conhecimento, mas não é a única. **E num mundo cercado de imagens, sons, música e memes, é preciso que todos se apropriem das inúmeras possibilidades de autoexpressão e conhecimento.**

Nas próximas 3 aulas, os(as) estudantes irão criar uma peça de mídia que atenda às expectativas de aprendizagem do currículo, fundamentada em escolhas técnicas e criativas intencionais. Este conteúdo será disponibilizado para que outros(as) estudantes aprendam, oferecendo, assim, a experiência de publicar para uma audiência real. Eles(as) irão aprender a estruturar um processo de investigação por meio de uma pergunta disparadora, escolher fontes confiáveis, desenvolver uma narrativa clara e fundamentada em evidências, e dar a ela uma expressão audiovisual. Durante o processo, irão praticar aprendizados desta Eletiva, como fazer buscas, avaliar fontes, pensar criticamente sobre mídia e exercitar o trabalho em colaboração.

A atividade tem por objetivo também incentivar o(a) professor(a) a integrar a produção audiovisual, como trabalho acadêmico de maneira frequente, mostrando que é possível fazê-lo de forma simples e estruturada, sem necessidade de equipamentos sofisticados ou muito conhecimento técnico.

Você poderá usar os [slides](#) como apoio para a condução destas aulas.

Nesta primeira aula, **apresente um mesmo conteúdo informativo** – por exemplo, migrações ou densidade populacional – em um **texto de livro didático ou site e em um vídeo explicativo**. Peça aos(as) estudantes que comparem os materiais, respondendo:

- ✓ Com qual material foi mais fácil assimilar os conteúdos?
- ✓ Com qual foi mais difícil? Por quê?
- ✓ Que tipos de recursos foram utilizados para apresentar a informação nos dois casos?
- ✓ A informação ficou clara?
- ✓ A informação é confiável? Em que se baseia a sua afirmação?
- ✓ Com que tipo de conteúdo vocês preferem aprender? Textos, vídeos explicativos, infográficos, histórias ilustradas, *podcasts*? Por quê?

DESENVOLVIMENTO

Para começar a pensar em criação de mídias, estimule os(as) estudantes a explorarem diferentes aspectos e recortes de um assunto escolhido (por você ou pela turma) e faça-os(as) elaborar, em pequenos grupos, uma pergunta disparadora. Discuta o que é uma boa pergunta disparadora – aquela que não pode ser respondida com uma simples busca na *internet*.

Orienta o processo de pesquisa, utilizando o roteiro disponível a seguir.

Roteiro

A partir da pesquisa, os(as) estudantes irão estruturar uma narrativa clara e concisa, em frases curtas que apresentam as ideias centrais e as evidências levantadas.

Em seguida, irão decidir qual a melhor maneira de apresentar o conteúdo: vídeo explicativo (sequência de imagens), animação, infográfico etc.

Para cada trecho do texto, irão identificar possibilidades de tratamento visual e pesquisar as imagens necessárias. Isso deve ser feito em um roteiro, como o modelo que está [aqui](#).

Produção

A partir da pesquisa, os(as) estudantes irão estruturar uma narrativa clara e concisa, em frases curtas que apresentam as ideias centrais e as evidências.

FECHAMENTO

Utilizar uma aula para apresentação dos materiais e análise de todo o grupo sobre as produções. Cada grupo deve se reunir com outro e assistir aos respectivos vídeos.

Proponha as seguintes perguntas:

Sobre o Vídeo:

- Você aprendeu alguma coisa assistindo ao vídeo do outro grupo?
- Do que você gostou no vídeo do outro grupo?
- Como as informações foram apresentadas?
- O que mais você ficou com vontade de saber depois de assistir ao vídeo?

Sobre o processo:

- Como você trabalhou em equipe?
- O que você achou mais fácil/difícil de fazer?



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 - Uma pessoa educada midiaticamente é...

Objetivo:

- Refletir sobre os aprendizados da trilha e sintetizar aqueles que foram mais importantes.

- **Materiais:** lousa, caneta, papel, diário de bordo, celular ou computador com acesso à *internet*.
- **Atividades:** refletir, discutir, planejar, criar um *checklist* e um documento colaborativo.

Esta é a última aula deste percurso que pode ter sido o primeiro contato mais estruturado dos(as) estudantes com a educação midiática. A atividade do final desta trilha é uma síntese do que aprenderam ao longo destas 32 aulas: **criar um *checklist*** com tópicos que possam confirmar se estão utilizando instrumentos que conheceram na caixinha de ferramentas da educação midiática para consumo ou criação de mídias, ou seja, um *checklist* para saberem se são educados midiaticamente.

Explique que o *checklist* tem como função nos lembrar de pontos norteadores importantes em alguma prática ou processo, e que pode ser um instrumento interessante para incorporar os aprendizados.

Peça que retomem as anotações do **Diário de Bordo** feitas ao longo dessas mais de 30 aulas e que, divididos em grupos, listem pelo menos 10 pontos que considerem relevantes como "termômetro" para avaliar se estão de fato contemplando estratégias que aprenderam quando leem um *post*, curtem uma imagem, compartilham algo ou postam um texto ou um vídeo.

Dê um tempo para os(as) estudantes discutirem como será seu *checklist* e depois de cada grupo apresentar seus pontos, a sala toda opina para a elaboração de um arquivo final, de preferência um documento digital

colaborativo (como *Google Docs*, por exemplo) para permitir uma edição conjunta dos estudantes da Eletiva. Caso não haja essa possibilidade, peça que façam no papel.

Veja a seguir alguns tópicos que poderiam entrar no *checklist* dos(as) estudantes.

Um(a) estudante educado(a) midiaticamente...

- ✓ faz perguntas sobre autoria das mensagens que recebe;
- ✓ verifica a fonte e credibilidade da informação;
- ✓ pensa antes de postar;
- ✓ verifica antes de compartilhar...

Para terminar, veja também um *checklist* para professores(as) saberem se suas aulas incluem habilidades da educação midiática. Os tópicos podem ser úteis para você checar suas práticas e para inspirar as conversas com os(as) estudantes sobre o que entra numa lista de estudantes midiaticamente educados.

Bom trabalho!



CHECKLIST

Como está a minha prática?

Para saber se sua aula contempla habilidades de educação midiática, siga as perguntas abaixo. Elas funcionam como um checklist e são um bom recurso para garantir que suas práticas incluam estratégias para formar alunos que pensem criticamente, se comuniquem de forma efetiva e sejam cidadãos ativos.

☐ Ofereço um cardápio variado de mídias que permita aos alunos estudar o tema curricular e também adquirir ou aprimorar o pensamento crítico?

☐ Estimulo os alunos a fazer perguntas sobre as mídias e a interrogar as informações que elas transmitem?

☐ Abro espaço para que os alunos questionem também a maneira como livros e outros materiais didáticos apresentam ideias, conceitos e pontos de vista?

☐ Incentivo os alunos a se expressar em diferentes linguagens e formatos de mídia, ajudando-os a justificar suas escolhas?

☐ Apresento aos alunos uma dieta informacional variada, estimulando-os a também buscar múltiplas fontes de informação no dia a dia?

☐ Peço aos alunos que apresentem evidências e dados que justifiquem sua opinião sobre os temas curriculares?

☐ Permito aos alunos percorrer trilhas diferentes de construção do conhecimento, a partir da investigação de ângulos distintos de um mesmo tema?

☐ Encorajo os alunos a "ler além do que está escrito", isto é, analisando o contexto, as vozes privilegiadas e as negligenciadas das mensagens?

☐ Procuro aproximar a sala de aula da realidade dos alunos, com temas curriculares condizentes com problemas ou questões que mais os tocam?

☐ Ajudo os alunos a praticar o ceticismo saudável em relação às mensagens das mídias para que fujam tanto da ingenuidade quanto da descrença generalizada?

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 de 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 *Vídeomapping*. 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 inédita 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 *Vídeoblog*. 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(a) professor(a)) 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 e 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(as) estudantes, no PBL são eles(as) próprios(as) que traçam um caminho até chegar às conclusões necessárias.

Nesse percurso, o objeto de conhecimento do componente 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 consideram essas metodologias:

- Um problema ou pergunta engajadora torna a aprendizagem mais significativa. É importante chegar ao equilíbrio: desafiar os(as) estudantes, mas não intimidá-los(as);
- 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 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.