

UMA DIETA DA INFORMAÇÃO: PARA UMA LEITURA CRÍTICA DA MÍDIA NO COMBATE A DESINFORMAÇÃO NO ENSINO MÉDIO DO RN

AN INFORMATION DIET: FOR A CRITICAL READING OF THE MEDIA IN COMBATING MISINFORMATION IN HIGH SCHOOL IN RN

VALQUIRIA KNEIPP¹

RESUMO

Este artigo teve como objetivo identificar as práticas comunicacionais relacionadas à leitura crítica da mídia informativa, no contexto dos estudantes do ensino médio. Partiu-se da problemática sobre como os jovens se informam e combatem a desinformação. A hipótese inicial foi que a popularização da desinformação vai além da mídia (tradicional) porque, no contexto midiático, as redes sociais digitais e outras formas de comunicação digital são consideradas mídia. A fundamentação buscou conceitos como mediatização de Hjarvard (2012), além de Johnson (2012) e Ferrari (2018) sobre desinformação. O estudo se justifica por se focar em um elo vulnerável à desinformação na sociedade contemporânea – o jovem. Com o estudo foi possível identificar a ausência de uma prática efetiva e rigorosa dos estudantes para um combate à desinformação, mas uma consciência em relação aos malefícios causados.

Palavras-chave: desinformação; mídia; leitura crítica; jornalismo.

ABSTRACT

This article aimed to identify communication practices related to critical reading of information media, in the context of high school students. The starting point was the issue of how young people inform themselves and combat misinformation. The initial hypothesis was that the popularization of disinformation goes beyond (traditional) media because, in the media context, digital social networks and other forms of digital communication are considered media. The foundation sought concepts such as mediatization by Hjarvard (2012 e 2014), in addition to Johanson (2012) and Ferrari (2018) on disinformation. The study is justified by focusing on a vulnerable link to disinformation in contemporary society. The study made it possible to identify the lack of effective and rigorous practice by students to combat misinformation.

Keywords: Disinformation; Media; Critical Reading; Journalism.

¹ Professora titular do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Rio Grande do Norte (UFRN). Integrante do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará (UFC). Integrante dos grupos de pesquisa Gemini - Grupo de Estudos de Mídia - Análises e Pesquisas em Cultura, Processos e Produtos Midiáticos, Alterjor - Jornalismo Popular e Alternativo e do Genem - Grupo de Estudos sobre Nova Ecologia dos Meios. E-mail: valquiria.kneipp@yahoo.com.br

Introdução

Como objetivo de identificar as novas práticas de comunicação social relacionadas à leitura crítica da mídia informativa (tradicional) e das redes sociais digitais, como uma forma de combater a desinformação, esse estudo² recortou como objeto empírico uma amostra dos estudantes do terceiro ano de ensino médio de uma escola pública de Natal, para investigar o critério de seleção de informação e o relacionamento desse público com a desinformação. Esse recorte específico foi escolhido por estar no último ano do ensino médio, tendo como meta ao término dos estudos a realização do Exame Nacional do Ensino Médio (Enem)³ e o acesso à universidade, por isso precisam estar informados sobre os temas da atualidade. Outro fator que contribuiu para seleção deste público específico foi uma pesquisa realizada pela Universidade de Sanford nos EUA, com 7.804 estudantes desde o colégio até faculdade, revelando que 80% dos estudantes não conseguiam distinguir uma nota patrocinada de uma notícia verdadeira (The Wall Street Journal)⁴.

O problema de pesquisa focado foi sobre como os jovens se informam e combatem a desinformação no contexto da midiaticização. Partiu-se da hipótese de que a popularização da desinformação vai além da mídia (tradicional⁵) porque, no contexto midiático, as redes sociais digitais e outras formas de comunicação digital são consideradas como mídia, como propôs Ramonet (2012) “todos podem ser mídia”, mas o ser humano e os algoritmos colocam as pessoas em bolhas dentro do contexto informativo, que tem um papel preponderante no fenômeno da desinformação.

Este estudo sobre como os alunos do ensino médio combatem a desinformação, com uma perspectiva de uma leitura crítica dos meios de Comunicação e redes sociais digitais, se apresenta como necessidade emergente diante do cenário de circulação de desinformação. A pesquisa também visou contribuir para os estudos sobre o jornalismo e a comunicação midiática e identificar propostas de uma educação midiática para estudantes, como uma forma de combater a desinformação.

Na contemporaneidade, algumas mudanças ocorridas no campo de atuação jornalístico, em decorrência do novo cenário tecnológico, estão ancoradas no processo de midiaticização da Sociedade proposta por Hjarvard (2012) e no processo de convergência midiática por Jenkins (2009), que proporcionam novas formas de fazer e consumir informação. Diante deste novo cenário surge, em 2016, a popularização do termo “Desinformação”, no contexto da eleição presidencial dos Estados Unidos, onde o então candidato Donald Trump fez uma campanha contra a imprensa americana e espalhou desinformação. No Brasil o ex-presidente Jair Messias Bolsonaro repetiu a campanha do presidente americano, criando constrangimentos, agressões e assédio contra a imprensa, na campanha eleitoral de 2018 e nos quatro anos de seu governo (2019-2022).

2 Projeto de pesquisa desenvolvido na UFRN, com a participação dos bolsistas Vinícius Henrique Silva e Aryela Valeska Araujo Souza.

3 Exame instituído pelo Governo Federal em 1998, com o objetivo de avaliar o desempenho escolar dos estudantes ao término da educação básica. A partir de 2009 o exame aperfeiçoou sua metodologia e passou a ser utilizado como mecanismo de acesso à educação superior.

4 IMPREMSA. Revista. Pesquisa de universidade americana mostra que jovem não sabe reconhecer notícia falsa. Disponível em: <<https://acesse.dev/VycE3>>. Acesso em: 20 março. 2024.

5 De acordo com Jenkins (2009) refere-se a mídia centralizada, dinossáurica, de um pra muitos, que rugia e esmagava tudo em que pisava no século 20, está muito pouco adaptada ao ambiente tecnológico.

A desinformação⁶ caracteriza a era da pós verdade, o termo foi escolhido como a palavra do ano de 2016 pelos dicionários britânicos Oxford. “Trata-se de um adjetivo que se refere a circunstâncias em que os fatos objetivos têm menos influência na formação de opinião pública do que os apelos emocionais e as opiniões pessoais” (Ferrari, 2018, p. 51). Sendo que as notícias falsas (que sempre existiram no universo do jornalismo) proliferam de forma muito mais rápida, com auxílio das novas tecnologias e da internet, “as notícias falsas são, na verdade, uma variedade de desinformações que pode variar entre a correta utilização de dados manipulados, a utilização errada de dados verdadeiros, a incorreta utilização de dados falsos e outras combinações possíveis” (Ferrari, 2018, p. 51). O termo é datado do século XIX (1890) no jargão jornalístico, e sempre existiu nas redações, mas a partir de 2016 tornou-se popular na sociedade contemporânea devido a sua rápida proliferação em rede.

De acordo com a Organização das Nações Unidas para Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco - Agência especializada das Nações Unidas (ONU) que tem com o objetivo contribuir para a paz e segurança no mundo mediante a educação, ciências naturais, ciências sociais/humanas e comunicação/informação) nos últimos anos colocaram o jornalismo sob ataque. “Uma série de fatores estão a transformar o panorama das comunicações, levantando questões sobre a qualidade, o impacto e a credibilidade do jornalismo”. Devido às intensas campanhas orquestradas para espalhar inverdades, desinformação e má informação, que são compartilhadas involuntariamente pelas redes sociais digitais, a Unesco criou um manual escrito por especialistas, que explora a própria natureza do jornalismo com módulos sobre porque a confiança é importante; pensar criticamente sobre como a tecnologia digital e as plataformas sociais são canais da desordem da informação; lutar contra a desinformação através da literacia midiática e informacional; verificação de fatos; verificação de mídia social e combate ao abuso online. De acordo com o quadro 1 abaixo do manual da Unesco, caracteriza inicialmente três categorias para a desinformação.

Quadro 1 – Proposta da Unesco para categorias de desinformação

Tipologias	Definição
Disinformation	Informação falsa e deliberadamente criada para prejudicar uma pessoa, grupo social, organização ou país
Misinformation	informações falsas, mas não criadas com a intenção de causar danos
Malinformation	Informação baseada na realidade, utilizada para infligir danos a uma pessoa, grupo social, organização ou país.

Fonte: Elaborado pela autora com os dados da Unesco

O instrumental metodológico contou com pesquisa bibliográfica para identificar alguns termos que pudessem ampliar o quadro conceitual para o combate à desinformação, por meio do estado da arte. Sendo que termos mais recorrentes no banco de teses e dissertações da CAPES foram Literacia Midiática, Alfabetização Midiática e Letramento Midiático. Além disso, um questionário foi aplicado nas turmas do terceiro ano do ensino médio da Escola Estadual Desembargador Floriano Cavalcante de Natal. Foram recolhidas 48 respostas de jovens de 18

6 Para este artigo se adotou o termo desinformação e aboliu fake News por se tratar de um termo relativo apenas as notícias falsas na imprensa e também por uma orientação da do Universidade de Texas no curso *Desinformação e fact-checking em tempos de Covid-19* e da Rede Nacional de Combate a Desinformação, porque alguns políticos usam o termo fake news para desacreditizar a imprensa.

até 24 anos, sendo que 52,1% com 16 e 17 anos, 36,9% de 18 a 20 anos e os demais com mais de 21 anos. Desse grupo pesquisado 59,3% do sexo feminino, 39,6% masculino e pouco mais de 1% preferiu não informar. Entre as perguntas foi questionado sobre o uso de tecnologias e internet, hábitos de informação, uso de mídias tradicionais e redes sociais digitais e tempo de acesso à internet. Além disso, houve um momento de interação com os estudantes, onde eles receberam a propostas para uma cartilha denominada “Uma dieta da informação: para uma leitura crítica da mídia no combate à DESINFORMAÇÃO”.

Por se tratar de um fenômeno contemporâneo, com uma série de técnicas e atividades desenvolvidas, caracterizou-se como um estudo de caso, porque, de acordo com Yin (2001), é uma estratégia quando se colocam questões do tipo como e por que, como problemática da pesquisa “quando o pesquisador tem pouco controle sobre os eventos e quando o foco se encontra em fenômenos contemporâneos inseridos em algum contexto de vida real”.

Em busca de uma dieta da informação

O cenário contemporâneo no que se refere à desinformação que assola os mais diversos espaços da convivência midiática apresenta-se como um desafio a ser enfrentado em diversas batalhas e espaços da sociedade. Por isso, esse estudo focou no espaço e *modus operandi* dos estudantes do ensino médio e no papel da comunicação e do jornalismo para buscar e apresentar alternativas para esse combate, a partir das propostas como Literacia Midiática, Alfabetização Midiática e Letramento Midiático.

A proposta apresentada por Johnson (2012) faz uma analogia entre a indústria alimentícia, que nos EUA levou uma grande parcela da população americana à obesidade, com uma dieta da informação, onde a oferta de informação leva à desinformação. Para o autor o novo tipo de ignorância é proveniente do consumo excessivo de informação e pode ser provocado por três fatores: agnotologia, fechamento epistêmico e falha de filtro. O termo agnotologia foi criado pelo historiador e professor da Universidade de Stanford, Robert Proctor, para descrever as informações que as grandes empresas tabagistas impuseram à sociedade na segunda metade do século XX, “como o estudo da dúvida induzida culturalmente, em especial por meio da produção de dados aparentemente fabricados. É uma forma de ignorância fabricada” (Johnson, 2012, p. 82).

Adicionalmente, o fechamento epistêmico se caracteriza por uma realidade definida por uma rede multimídia interconectada de blogs, revistas e programas de rádio e TV, que podemos denominar de bolha, “o cidadão está inserido em um contexto social, a cada dia nossas *timelines* vão ficando cada vez mais iguais, pois os algoritmos começam a nos mostrar só o que está na nossa bolha” (Ferrari, 2018, p. 35). De acordo com Johnson, “o fechamento epistêmico é uma ferramenta que dá poder a ignorância agnotológica. À medida que determinada informação é produzida, todas as outras fontes de dados são consideradas não confiáveis ou, pior, conspiratórias” (Johnson, 2012, p. 84). Finalmente, a falha de filtro, para o autor, “pode ocorrer pela produção e pelo consumo de informações vindas de seus amigos pela personalização desses dados. Os amigos que escolhemos e os locais que frequentamos nos fornecem um novo tipo de bolha, dentro da qual consumimos informações” (Johnson, 2012, p. 84). O excesso de informação caracterizada pelo autor como obesidade de informação também foi caracterizado pela Organi-

zação Mundial de Saúde (OMS) como um fenômeno de transcende a pandemia - a infodemia, porque leva uma parte considerável da população a uma dissonância cognitiva caracterizada pelo volume exponencial de conteúdo disponível na rede mundial de computadores sobre a pandemia. O termo infodemia, de acordo com a OMS passou a designar o excesso de informação, precisa ou não, que torna difícil encontrar fontes idôneas e orientações confiáveis quando se precisa (OMS). Uma evidência a grande proliferação de informação em rede foi registrada, em março de 2020 quando foi declarada oficialmente a pandemia do novo coronavírus pela OMS, foi possível capturar 361 milhões de vídeos, 19.200 artigos e 550 milhões de tuítes com os termos coronavírus, covid19, covid-19 ou covid_19. (OPAS)

Como parte da fundamentação teórica que compõe essa pesquisa, foram identificados durante o estado da arte 12 publicações que se referiam às palavras buscadas. Sendo que, 8 delas foram referentes à Literacia de Mídia, 3 publicações sobre Literacia Digital, 1 dissertação de Mestrado sobre Literacia de Rádio.

Dentre os trabalhos identificados definições diversas, como a de Pinto (2019), que propõe o estudo sobre literacia digital e possibilidades de aplicabilidade em contextos formativos de professores. De acordo com a autora, Literacia não é uma palavra geralmente utilizada no Brasil, pois “o termo letramento é mais comumente usado e refere-se aos usos sociais e culturais da leitura e da escrita, numa perspectiva considerada mais abrangente e complexa do que o processo de decodificar o código linguístico” (Pinto, 2019, p. 26). O letramento digital está relacionado não apenas à decodificação de mensagens, mas também está conectado à capacidade de cada um de reproduzir certos dados e mensagens no âmbito digital e fazer conexões. “No contexto mais recente, surgiu o termo letramento digital para referir-se às competências na utilização do computador e da internet em situações cotidianas” (Pinto, 2019, p. 54). Em uma tentativa de diferenciar Letramento digital e Alfabetização midiática-informacional (AMI), onde o primeiro visava políticas públicas de inclusão digital com base na tecnologia, enquanto a segunda, se refere à habilidade de acessar a mídia [nova e antiga] e outras fontes de informação para compreender e avaliar seus conteúdos e suas funções, bem como usá-las de maneira crítica para criar comunicações em uma variedade de contextos, incluindo ensino e aprendizagem, autoexpressão, criatividade e participação cívica (Grizzle, Alton *et al*, 2016).

O que se pode conceber sobre o termo Literacia Digital, é que é empregado no sentido de caracterizar um conjunto de competências que vão além do mero acesso ao ambiente digital através da utilização de ferramentas tecnológicas, como o computador.

Já Versuti buscou compreender de que maneira a literacia midiática, inserida na educação dos jovens, pode contribuir para o exercício da cidadania. O trabalho partiu da premissa de que o mero acesso a mídias e informações não é suficiente, é necessário também adquirir habilidades para compreender e selecionar mídias, filtrar e interpretar conteúdos, utilizar as mídias para buscar informações e conhecimentos, criar conteúdos próprios e engajar de maneira eficaz na sociedade como cidadão. A literacia midiática desempenha um papel fundamental na promoção de uma cidadania mais informada, na construção de uma sociedade mais inclusiva e na capacitação das pessoas para lidar com o complexo ecossistema midiático contemporâneo. Isso não apenas beneficia os indivíduos, mas também contribui para a manutenção da democracia e da sociedade em geral. Para Versuti (2021) literacia midiática é uma resposta diante de uma sociedade saturada de mídia e de uma democracia sob ameaça de desinformação, discursos populistas e da falta de uma educação midiática que possa guiar e capacitar os cidadãos.

Em outro estudo aplicado na literacia midiática, Valle (2019) analisa a página do Facebook “Caneta Desmanipuladora”, que atua nesse imbricamento entre a cultura participativa – na vigilância e crítica à imprensa – e o novo ecossistema jornalístico. O estudo aponta que, com a adoção das tecnologias digitais em modo crescente, o conceito de *media literacy* (termo original em inglês usado em documentos e estudos internacionais) – que inicialmente se limitava a competências relacionadas ao entendimento e conhecimento dos meios de comunicação – incorporou um novo elemento essencial, “a capacitação para a participação ativa na produção de mensagens comunicativas” (Valle, 2019, p.79).

No contexto onde a distinção entre letramento/alfabetização e literacias se misturam, Vieira(2008, p. 82) reconhece que a maioria das línguas não possui uma tradução direta para o termo inglês “literacy”, uma observação compartilhada “por um número considerável de intelectuais com estudos baseados na língua inglesa”.

Soares (2021) explora as competências demonstradas nas criações de *fanfics* e vídeos criados por fãs da série de TV *Supernatural* dos anos 2000, que foram compartilhados em ambientes digitais. O estudo aborda o surgimento do conceito de literacia transmídia. O autor apresenta um conceito de literacia ainda menos conhecido no ambiente acadêmico denominada literacia transmidiática. De acordo com ele, “um conjunto de habilidades, práticas, valores, sensibilidades e estratégias de aprendizagem e troca desenvolvidas e aplicadas no contexto da nova cultura participativa” (Soares, 2021, p. 8).

Já Martins (2008) propõe um modelo de literacia publicitária baseado na teoria semiótica de Peirce e nos princípios da literacia midiática exemplifica por meio de estudos de marcas brasileiras, com o objetivo de analisar como elas utilizam estratégias retóricas que flutuam entre debates morais e a promoção de produtos. Para o autor, a literacia não está ligada apenas ou exclusivamente ao grau de escolaridade dos cidadãos, mas sim na sua competência específica em utilizar a informação adquirida no cotidiano e em desenvolver um conhecimento ativo e crítico, através do qual poderá exercer de maneira mais criativa e crítica o seu papel na sociedade. O termo literacia midiática, “não está associado apenas com uma habilidade que uma pessoa possui ou pelo fato de ter contato diário com as mídias, ele está vinculado às múltiplas competências ligadas às novas tecnologias da informação” (Martins, 2008, p. 60). Essa proposta revela que a literacia midiática engloba uma variedade de habilidades relacionadas às tecnologias de informação, indo além do simples consumo de mídia e abrangendo a capacidade de compreender, analisar e criar conteúdo digital de forma crítica.

Oliveira (2021) conduziu uma análise do uso e das interações envolvendo estudantes, professores e gestores em escolas municipais. Os resultados revelam que a utilização da rádio desempenhou um papel fundamental na promoção da aprendizagem, facilitando a interação e o diálogo entre professores e estudantes. A pesquisa ressaltou o enorme potencial da rádio como um recurso educacional e sua capacidade de promover resultados positivos no aprendizado dos estudantes e no ensino do conhecimento científico. O autor apresenta o conceito de letramento digital como o “estado ou condição que adquirem aqueles que se apropriam da nova tecnologia digital e praticam a leitura e a escrita na tela, em contraste com aqueles que praticam a leitura e a escrita em papel” (Oliveira, 2021, p. 151 *apud* Soares 2002).

A pesquisa de Neves (2021) teve como principal objetivo a análise da literacia digital, compreendida como a capacidade de usar e se apropriar das tecnologias digitais de informação e comunicação, no contexto das práticas pedagógicas dos professores de língua portuguesa do

ensino médio. A autora aponta diferença entre literacia e letramento, “o letramento é um processo de ação sobre as letras e a literacia é a capacidade de analisar, compreender, interpretar as informações e conhecimentos, ela também propõe desenvolver práticas que possam transmitir e compartilhar esses conhecimentos” (Neves, 2021, p. 34). Enquanto o letramento se concentra nas habilidades básicas de ler e escrever, a literacia vai além, enfatizando a capacidade crítica de compreender, interpretar e compartilhar o conhecimento, tornando-a uma habilidade fundamental em uma sociedade cada vez mais centrada na informação e na comunicação.

A pesquisa de Semicek (2021) investigou como os indivíduos percebem a influência do *Facebook* em suas interações. Usando a Teoria do Ator-Rede para revisitar conceitos de mediação e a Literacia midiática-informacional como um conjunto de habilidades relacionadas a processos de comunicação, o estudo busca compreender como os membros desse grupo refletem sobre a manifestação desses conceitos em seu ambiente virtual, considerando também os aspectos identitários que sustentam a existência da comunidade. O autor ressalta em sua pesquisa sobre o conceito de literacia que, não se trata, porém, de uma articulação utilitarista, mas sim do aspecto interativo, no qual o indivíduo possui graus de domínio a respeito de ambiente de comunicação. Trata-se, portanto, de como o sujeito estabelece uma conexão com as tecnologias por meio da informação. Para o autor é um processo que transcende a mera utilização técnica e incorpora a capacidade de navegar e dar sentido ao vasto oceano de informações que a sociedade contemporânea oferece.

A pesquisa de Cunha (2020) se propõe a examinar como as competências midiáticas se expressam em jovens universitários com idades entre 18 e 25 anos, quer sejam eles participantes ou não de conteúdos jornalísticos. O estudo explora o conceito de letramento midiático e o desenvolvimento de competências como meio para que os indivíduos se tornem mais ativos e engajados em conteúdos jornalísticos. O autor propõe um conceito sobre mídia educação: “diz respeito à formação de um usuário ativo, crítico e criativo de todas as tecnologias de comunicação e informação e de todas as mídias [...] implica a adoção de uma postura crítica e criadora de capacidades comunicativas, expressivas e relacionais para avaliar ética e esteticamente o que está sendo oferecido pelas mídias, para interagir significativamente com suas produções e para produzir mídias também” (Cunha, 2020, p. 28-29).

Diante de tantas nomenclaturas para tratar da temática que envolve as habilidades para lidar com mídia e para complementar essa reflexão se faz necessário pensar também sobre o contexto de midiatização que a atual sociedade está imersa. Para poder entender a diversidade na perspectiva de Hjarvard (2014, p. 31), “não é a midiatização o único conceito que nos permite reconhecer as interdependências entre os meios de comunicação, a sociedade e a cultura”. Sendo que as três esferas podem se influenciar porque para o autor o conceito de midiatização pode ser mais ou menos pronunciado. “É utilizado para caracterizar uma condição ou fase do desenvolvimento global da sociedade e da cultura, em que os meios de comunicação exercem uma influência particularmente dominante sobre outras instituições sociais”. Também apontam para uma série de aspectos que o autor denomina “centrais da interação entre os meios de comunicação e a sociedade, os quais também fazem parte da definição de midiatização” (Hjarvard, 2014, p. 64), proposta por ele.

Além da midiatização, o próprio ecossistema midiático em que convivemos na contemporaneidade se torna um ambiente propício para a desregulamentação da mídia e a quebra de barreiras que antes não existiam. De acordo com Renó (2023), “o ecossistema midiático con-

temporâneo transformou tudo. Temos novas linguagens novas estruturas, novos atores e novos resultados”⁷ E com isso pode-se questionar as novas mídias e plataformas e a dicotomia entre o interesse público e o privado.

As práticas sociais comunicativas dos jovens

A pesquisa de campo contou com uma amostra de 48 estudantes do terceiro ano do Ensino Médio da Escola Estadual Desembargador Floriano Cavalcanti, por meio de uma oficina para leitura crítica do Rádio, da Televisão, do Jornal Impresso e da Internet (blogs, sites, redes sociais digitais). Essa mostra totaliza todos os estudantes da referida escola que compareceram as aulas na data da aplicação do questionário. Apesar da amostra ser localizada e pontual, de acordo com recursos disponíveis na instituição, corroborou com a pesquisa realizada em 2023 pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil em parceria com a Unesco, mostrando que praticamente todas as crianças e jovens de nove a 17 anos no Brasil acessam a internet, mas 43% não sabem checar se uma informação está correta.⁸

Foram elaboradas algumas dinâmicas sobre desinformação e *fake news*, com a apresentação de alguns conceitos para que os estudantes pudessem refletir sobre as suas posturas diante da obtenção e distribuição de informação pela internet. Também foi apresentado um quadro com os sete tipos de desinformação propostas pela Unesco (1-conexão falsa; 2-contexto falso; 3-contexto manipulado; 4-sátira ou paródia; 5-conteúdo enganoso; 6-conteúdo impostor e 7-conteúdo fabricado).

Durante essa dinâmica e conversa sobre a desinformação foi passado o QR code para um questionário a ser respondido pelos estudantes. Na introdução já apresentamos alguns dados básicos obtidos com o questionário ao descrever a metodologia. Agora, analisaremos os demais dados na busca de resposta para a problemática dessa pesquisa. Questionou-se sobre o uso de eletrônicos como TV, Celular, *Tablet*, *Notebook*, computador etc., sendo que o celular é o equipamento que aparece em maior quantidade, com média entre dois e seis aparelhos por residência.

Um questionamento buscou-se investigar sobre o consumo de telejornalismo na residência, sendo que 47,9% revelaram assistir diariamente, 22,9% raramente e 16,7% não assiste. Esse dado revela o cenário de midiaticização atual onde a televisão vem perdendo a hegemonia diante das novas gerações, que buscam novas formas para se informar. Aos que revelaram não assistir telejornal foi questionado o que preferem para se informar, onde aparece com 47,4% as redes sociais digitais, com 28,9% o *YouTube*, TV a cabo 7,9% e o serviços de *streaming* (*Netflix*, HBO Max, Disney+, Amazon *Prime* etc.) com 71,1%. Esse dado mostra uma mudança de hábito das novas gerações, além das mídias tradicionais como a televisão. Na realidade são novas formas de ver televisão além da tradicional, com programação em fluxo para uma televisão sob demanda, onde o espectador escolhe o que e quando assistir.

7 RENÓ, Denis Porto. A **nova Ecologia dos meios**. Palestra proferida no Programa de Pós-graduação em estudos da Mídia da UFRN, Natal, 2023.

8 Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2023/05/03/pesquisa-revela-que-43percent-dos-jovens-nao-sabem-quecar-se-uma-informacao-da-internet-e-falsa.ghtml>

Ao questionar sobre a possibilidade de conhecer alguém que se informa por meio de jornal impresso, 85,1% dos estudantes revelaram que não conhecem e apenas 14,9% que sim. E mesmo os que responderam que sim informaram ser alguém da família como avó, pai, padrasto e vizinhos. Revelando que o jovem e o meio em que ele convive está totalmente digital, não havendo espaço para notícias impressas. Uma possibilidade é que esse jovem acesse portais de jornais impressos nas redes sociais digitais.

Já quando o assunto é rede social digital todos revelaram utilizar mais de uma, conforme o quadro 2 abaixo:

Quadro 2 - Porcentagem das Redes Sociais Digitais usadas

Rede	%
WhatsApp	97,9%
YouTube	91,7%,
Instagram	89,6%
TikTok	62,5%
Facebook	39,6%
Twitter	33,3%
Kwai	16,7%
Telegram	2,1%
Discord	2,1%

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados obtidos na pesquisa

O quadro 2 revela que as práticas sociais comunicativas dos jovens se constituem de hábitos mais voltados para as redes sociais digitais, que é uma comunicação com característica de mobilidade, a partir de três variáveis, onde a primeira é a convergência, onde, algumas das ideias comuns expressas por esse termo incluem o fluxo de conteúdos através de várias plataformas de mídia, a cooperação entre as múltiplas indústrias midiáticas, a busca de novas estruturas de financiamento das mídias que recaiam sobre os interstícios entre antigas e novas mídias, e o comportamento migratório da audiência (Jenkins, 2009).

A segunda passa pela necessidade de interação, por meio da interatividade que revela, potencial de uma nova tecnologia de mídia (ou de textos produzidos nessa mídia) para responder ao feedback do consumidor. Os fatores determinantes da interatividade (que é, quase sempre, pré-estruturada ou pelo menos possibilitada pelo designer) se contrapõe aos fatores sociais e culturais determinantes da participação (que é mais ilimitada e, de maneira geral, moldada pelas escolhas do consumidor). E por fim a participação para fechar essa tríade está a participação, que se traduz em "formas de engajamento do público moldadas pelos protocolos sociais e culturais, e não pela tecnologia em si." (Jenkins, 2009, p. 284).

Quando questionados sobre a forma de acesso as redes, a maioria (98,3%) revelou utilizar o *wifi* da própria residência. Já quanto ao tempo de utilização das redes, a maioria (43,8%) não sabe quanto tempo passa navegando nas redes e 20,8% declarou ficar de três a cinco horas, 14,6% de seis a oito horas e outros 14,6% de uma a duas horas por dia.

Diante desse cenário de consumo midiático, a pesquisa também investigou sobre a possibilidade de já terem recebido alguma notícia falsa ou de caráter duvidoso, sendo que 97,9% responderam que sim. Ou seja, existe uma conscientização sobre os perigos da desinformação. Dentre os que responderam sim questionou-se na sequência de qual plataforma recebeu a desinformação, conforme o quadro 3 abaixo.

Quadro 3 – Redes sociais que receberam desinformação

%	Rede Social Digital
70,2%	Instagram
53,2%	WhatsApp
29,8%	TikTok
29,8%	YouTube
19,1%	Facebook
14,9%	Twitter
12,8%	Kwai

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa

Uma última questão buscou investigar qual foi a atitude que os estudantes tiveram diante do fato de receber uma desinformação, sendo que 91,5% informaram que ignoraram, ou seja não fizeram nada para comprovar ou não. E outros 8,5% revelaram que compartilharam uma desinformação. Ainda para os que compartilharam uma informação suspeita de desinformação foi questionado se pensou em verificar a veracidade das informações e para 52,6% a resposta foi não, outros 38,6% questionaram a fonte que enviou e apenas 10,5% admitiu ter pesquisado na internet. Ao final todos os estudantes opinaram positivamente sobre a divulgação de desinformação ser prejudicial às pessoas e causar danos. Revelando desta forma que já existe uma conscientização sobre os malefícios que a desinformação pode causar à sociedade.

Considerações finais

Ao encerrar essa fase da pesquisa foi possível considerar que o jovem estudante do ensino médio se informa, preferencialmente, pelas redes sociais digitais, por estar inserido em um novo ecossistema midiático alavancado pelo processo de midiatização da sociedade contemporânea, que se mostra como um processo cultural irreversível no atual estágio, pois tudo está digitalizado na atualidade. Outro dado importante a ser levado em consideração para essa consideração é o ecossistema midiático de informação contemporâneo, onde, de acordo com Strate, Braga e Levinson (2019) os meios de comunicação afetam a percepção a compreensão, os sentimentos e os valores humanos. Já quanto ao combate à desinformação não foi possível identificar uma prática efetiva e rigorosa dos estudantes para um combate mais efetivo de informações falsas. Existe uma conscientização, mas isso não resulta em uma postura mais crítica e efetiva contra a desinformação.

Nesse contexto, a busca efetiva de fundamentos de novas práticas sociais para efetivamente combater a desinformação passa por uma diversidade conceitual que vai desde literacia digital, literacia midiática, literacia transmidiática, literacia publicitária, letramento digital, letramento midiático, literacia midiática-informacional, entre outros. Sendo que efetivamente cada proposta se detém em um foco específico do processo de preparação para o convívio midiático na sociedade, onde a proposta de mídia educação pode de certa forma abarcar todas as demandas e necessidades que são necessárias para o desenvolvimento de novas práticas sociais e da conscientização dos estudantes sobre como se informar. Levando também em consideração da proposta de Johnson (2012) para uma dieta da informação, por meio da seleção de conteúdos midiáticos a serem consumidos.

Confirmando a hipótese inicial de que a popularização da desinformação ultrapassa a barreira da mídia (tradicional) e se amplia no contexto das redes sociais digitais e outras formas de comunicação digital que podem ser consideradas como mídia, deixando o ser humano em bolhas específicas, dentro do contexto informativo, que têm um papel importante para a ampliação e disseminação da desinformação. O jovem estudante no RN trocou os meios tradicionais como jornal e televisão pelas redes sociais digitais que quase 50% da preferência.

Referências

CUNHA, Matheus Cestari. **Jornalismo participativo, letramento midiático e mediações**: a manifestação de competências midiáticas em jovens universitários do abc paulista. 2020. 110 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação, Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2020.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006. 384 p.EMPOLI, Giuliano da. **Os engenheiros do caos**: como as fake news, as teorias da conspiração e os algoritmos estão sendo utilizados para disseminar ódio, medo e influenciar eleições. São Paulo: Vestígio, 2020. Tradução de: Arnaldo Bloch.FANTIN, Monica. Mídia-educacão: aspectos históricos e teórico-metodológicos. **Olhar de Professor**, [S.L.], v. 14, n. 1, p. 27-40, 21 jul. 2011. Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). <http://dx.doi.org/10.5212/olharprofr.v14i1.0002>.

FERRARI, Pollyana. **Como Sair das Bolhas**. São Paulo: Educ/Fortaleza, 2018.

G1. **Pesquisa revela que 43% dos jovens não sabem checar se uma informação da internet é falsa**. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2023/05/03/pesquisa-revela-que-43percent-dos-jovens-nao-sabem-quecar-se-uma-informacao-da-internet-e-falsa.ghtml>. Acesso em 20 de jan. 2024.

GRIZZLE, Alton *et al* (ed.). **Alfabetização midiática e informacional**: diretrizes para a formulação de políticas e estratégias. Brasília: Unesco, Cetic.Br, 2016.

HJARVARD, Stig. Mediatization: theorising the media as agents of social and cultural change. **Matrizes**, [S.L.], v. 5, n. 2, p. 53, 13 jun. 2012. Universidade de São Paulo, Agência USP de Gestão da Informação Acadêmica (AGUIA). <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v5i2p53-91>.HJARVARD, Stig. Mediatization: conceptualizing cultural and social change. **Matrizes**, [S.L.], v. 8, n. 1, p. 21, 24 jun. 2014. Universidade de São Paulo, Agência USP de Gestão da Informação Acadêmica (AGUIA). <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v8i1p21-44>.HOJE, Jornal. **Pesquisa revela que 43% dos jovens não sabem checar se uma informação da internet é falsa**. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2023/05/03/pesquisa-revela-que-43percent-dos-jovens-nao-sabem-quecar-se-uma-informacao-da-internet-e-falsa.ghtml>. Acesso em: 20 jan. 2024.

IMPRESA, Redação Portal. **Pesquisa de universidade americana mostra que jovem não sabe reconhecer notícia falsa**. 2016. Disponível em: <https://portalimprensa.com.br/noticias/internacional/78711/pesquisa+de+universidade+americana+mostra+que+jovem+nao+sabe+reconhecer+noticia+falsa>. Acesso em: 20 abr. 2024.IRETON, Cherilyn;

POSETTI, Julie (ed.). **Journalism, fake news & disinformation**: handbook for journalism education and training. Paris: Unesco Series In Journalism Education, 2018. 128 p. JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, Henry. GREEN, Joshua. FORD, Sam. **Cultura da Conexão**. São Paulo: Aleph, 2015. JOHNSON, A. Clay. **A Dieta da Informação**. São Paulo: Novatec, 2012.

MARTINS, Thiago Garcia. **Literacia publicitária**: análise semiótica de campanhas politicamente (in)corretas na publicidade brasileira. 2021. 240 f. Tese (Doutorado) - Curso de Comunicação e Linguagens, Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, 2021. NEVES, Caroline Vieira. **Literacia digital dos professores de português do ensino médio**. 2021. 143 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional, Universidade Tecnológica Federal do Paraná Pato Branco, Pato Branco, 2021.

OLIVEIRA, Feyth Jaques de. **A mídia rádio como possibilidade de interação entre estudantes, professores e gestores em três escolas municipais de Campo Grande - MS**: uma alternativa tecnológica para o ensino de ciências. 2021. 127 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Ensino de Ciências e Matemática, Universidade Anhanguera-Uniderp, Campo Grande, 2021.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE. Organização Mundial da Saúde. **Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a COVID-19**. 2020. 5 p. Disponível em: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/Factsheet-Infodemic_por.pdf. Acesso em: 20 mar. 2024. PINTO, Joane Vilela. **Um estudo sobre literacia digital e possibilidades de aplicabilidade em contextos formativos de professores**. 2019. 264 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-Graduação em Ensino em Linguagens e Tecnologias, Centro de Educação Letras e Saúde, Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Foz do Iguaçu, 2019.

RAMONET, Ignácio. **A Explosão Do Jornalismo?**: das mídias de massa à massa das mídias. Maringá: Publisher Editora, 2012.

RENÓ, Denis Porto. **A nova Ecologia dos meios**. Palestra proferida no Programa de Pós-graduação em estudos da Mídia da UFRN, Natal, 2023. SEMICEK, Paulo Henrique. **Literacia midiático-informacional**: o grupo de facebook como comunidade virtual e fonte de informação. 2020. 137 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Setor de Artes, Comunicação e Design, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2020. SOARES, Matheus Pereira. **Literacia transmídia na produção dos fãs sobre o universo ficcional de Supernatural**. 2021. 152 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2021.

UNESCO. **Fight Fake News**. 2018. Disponível em: <https://en.unesco.org/fightfakenews>. Acesso em 25 abr. 2024. VIEIRA, Sofia Lerche. **Educação básica**: política e gestão da escola. Fortaleza: Liber Livro. Coleção Formar, 2008. VALLE, Michelle Oliveira. **Literacia midiática no Facebook**: uma análise da página caneta desmanipuladora. 2019. 172 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2019. VERSUTI, Christiane Delmondes. **Literacia midiática no ensino de jovens e contribuições para participação cidadã**: experiência intercultural entre Brasil e Portugal. 2021. 287 f. Tese (Doutorado) - Curso de Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Bauru, 2021.

VIEIRA, Sofia Lerche. **Educação básica**: política e gestão da escola. Fortaleza: Liber Livro, 2008.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2001.