

Panorama da educação midiática em tempos de *fake news*: os Recursos Educacionais Abertos como boas práticas de literacia

Panorama of media education in times of fake news: good literacy practices according to Open Educational Resources

Pollyana Ferrari

pollyana.ferrari@gmail.com

Pós-doutora em Comunicação pela Universidade Beira Interior (UBI) – PT, Doutora e Mestre em Comunicação Social pela Universidade de São Paulo (USP), jornalista, professora do Departamento de Jornalismo e professora do programa Tecnologias da Inteligência e Design Digital (TIDD), ambos pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). É autora de nove livros sobre comunicação digital, entre eles, *Como sair das bolhas* (2018), *Jornalismo Digital* (2010), *No tempo das telas* (2014) e *A força da mídia social* (2014).

Resumo

A sociedade vive um momento dramático com relação à confiança das informações que consumimos. O desafio fica ainda mais difícil dentro do contexto da contemporaneidade em que a popularização de tecnologias pervasivas, como o *big data* e a inteligência artificial, favorece o compartilhamento e a potencialização de informações falsas ou distorcidas. A educação midiática constante é o melhor recurso contra as tecno-consequências das *fake news*. As reflexões propostas neste artigo elencam um inventário de boas práticas de literacia, seguindo os preceitos básicos dos Recursos Educacionais Abertos (REAs), lançados pela UNESCO, após aprovação pelos Estados membros da UNESCO na 40ª Conferência Geral da agência, em Paris, realizada em novembro de 2019.

Palavras-chave: *fake news*, literacia, educação, desinformação.

Abstract

Society is experiencing a dramatic moment with respect to the trustworthiness of the information we consume. The challenge becomes even more difficult in the context of contemporary times in which the popularization of pervasive technologies, such as big data and artificial intelligence, favors the sharing and enhancement of false or distorted information. Constant media education is the best resource against the fake news techno-consequences. The reflections proposed in this article list an inventory of good literacy practices, following the basic precepts of Open Educational Resources (REA), launched by UNESCO, after approval by UNESCO's member states at the agency's 40th General Conference in Paris, held in November 2019.

Keywords: fake news, literacy, education, misinformation.

1. Introdução

Com a chegada das redes sociais, nos primeiros anos do século XXI, o receptor ganhou voz e tornou-se também produtor de conteúdo, o que fez aumentar a polifonia de vozes no espaço público das *timelines*. Vivemos um experienciar do mundo líquido proposto por Bauman, de modo frugal, ou seja, a grande maioria dos consumidores não se preocupa com a veracidade do fato, até porque, na maioria das vezes, nem chega a clicar na informação, pois se contenta apenas com o título bombástico. Muitos vieses

têm impactado o ecossistema midiático nas últimas décadas: a forte onda disruptiva causada pela consolidação das redes e mídias sociais digitais, a chegada de tecnologias mais pervasivas e a mudança no comportamento das novas gerações, cada um deles com sua própria particularidade. Destacamos:

- A sociedade em rede (Castells, 2009) mostrou a sucumbência do mundo físico do posto de principal arena social da humanidade;
- O *big data* aliado à inteligência artificial tem possibilitado, entre inúmeras outras coisas, novas fer-

ramentas comunicacionais, além do mapeamento total do cidadão (Manovich, 2005) e de suas preferências;

- A forma de consumir notícia das novas gerações traz demandas diferenciadas, instalou disrupções no modelo de negócios e na apresentação do conteúdo;
- Em meio a tudo isso, fenômenos antigos como as *fake news* e a desinformação emergem revigorados pela escalabilidade e imediatismo das redes, conforme aponta Ferrari (2018).

Nesse contexto, assume-se como objetivo principal do artigo elencar um inventário de boas práticas de educação midiática a partir dos preceitos propostos pelos Recursos Educacionais Abertos (REAs)¹, lançados pela UNESCO, após experiência bem-sucedida do Plano de Ação de 2017 de Liubliana, na Eslovênia, que tratava sobre recursos educacionais abertos, e apoia-se nos esforços da UNESCO para avançar na Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável. Os REAs podem ser replicadas por docentes, escolas e empresas. Para tanto, a construção enunciativa da pós-verdade, descrita por estudiosos como um fenômeno que contesta verdades cientificamente comprovadas a partir da articulação discursiva pautada em desejos e ideologias sem compromisso ético, como se observa em Ferrari (2018), Keyes (2018) e Santaella (2019), torna o processo de letramento midiático complexo, o que exige várias ações simultâneas.

2. Panorama da educação midiática em tempos de crise

Quando falamos de informação falsa, a notícia é apenas uma parte. Localizado na contemporaneidade, o conceito de *fake news* tem atraído diversos campos de pesquisa que se mobilizam em busca de uma delimitação do fenômeno, já que, para Debord (1997, p. 201), “o que consegue se opor a uma verdade oficial tem de forçosamente ser uma desinformação proveniente de forças hostis, ou no mínimo rivais, que já vem deliberadamente falseada pela malevolência”. Ela pode permear diferentes áreas, impactar a vida de pessoas comuns, destruir reputações de marcas e governos. A construção do *fake* (falso), seja em relação a vacinas, marcas de refrigerantes, produtos de higiene pessoal ou políticos, causa um estrago sem precedentes para a democracia, ainda mais quando associada a campanhas midiáticas em canais de TV, meio impresso, etc.

Para Keyes, na era da pós-verdade sentimentos como culpa, vergonha e constrangimento são dissimulados,

culminando em uma mentira criada para ser uma versão melhorada da verdade dos fatos.

Mesmo embora sempre tenha havido mentirosos, as mentiras têm geralmente sido contadas com hesitação, uma pitada de ansiedade, um bocado de culpa, um pouco de vergonha, e, pelo menos, alguma timidez. Agora, pessoas inteligentes que somos, apresentamos razões para manipular a verdade, de modo que possamos dissimular a culpa. Eu chamo isso de pós-verdade. Vivemos em uma era da pós-verdade (Keyes, 2018, p. 20).

Segundo Ferrari (2018, p. 165), “a tarefa educacional é mostrar que fatos viram história no futuro e desejos nas redes sociais só alimentam os egos da sociedade de consumo”. Como exemplo citamos a reportagem, checada pela equipe do Estadão Verifica, sobre “uma notícia falsa que gerou ameaças de morte e linchamento virtual contra um integrante de uma organização jesuíta que atende refugiados em Boa Vista, Roraima”. O vídeo *fake* circulou pelas redes como sendo uma “lição” sobre como “invadir a casa dos brasileiros”. No Facebook, uma das postagens do vídeo teve mais de 580 mil visualizações em pouco menos de 24 horas. Na verdade, o audiovisual traz orientações jurídicas para a desocupação de um imóvel. Mas, movidos pelo achismo, pelo ódio e pela rapidez do dedo, milhares de brasileiros promoveram um linchamento virtual de um morador de Roraima.

A internet permite aos indivíduos abandonar a ideia de uma esfera pública basicamente construída por declarações acabadas, gerada por um grupo de atores, socialmente conhecidos como ‘a mídia’, para pensar num conjunto de práticas sociais que veem os indivíduos como participantes de um debate. Declarações na esfera pública agora podem ser vistas como um convite para uma conversa e não mais como uma coisa pronta (Benkler, 2006, p. 180).

A utilização de notícias falsas para denegrir a imagem de alguém e até desestabilizar governos é bem anterior ao advento da internet. Há registros de processos semelhantes na antiga Roma de Marco Antônio e Otaviano, bem como na Revolução Francesa. Entretanto, o ambiente em rede e interconectado oferece a essas práticas a possibilidade de gerar seus efeitos em escala inédita na história humana. Kakutani (2018) demonstra preocupação com o que a evolução tecnológica poderá nos trazer:

Vozes já podem ser recriadas a partir de amostras de áudio, e expressões faciais podem ser manipuladas por programas de inteligência artificial. No futuro, talvez vejamos vídeos realistas de políticos dizendo coisas que

¹ Recursos Educacionais Abertos (REAs), propostos pela UNESCO. Disponível em <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000370936>. Acesso em 10/07/2020.

elas jamais disseram: o simulacro de Baudrillard se torna realidade. Um perigoso avanço tecnológico, ao estilo Black Mirror, que mexerá ainda mais com a nossa capacidade de distinguir entre a imitação e o real, o falso e o verdadeiro (Kakutani, 2018, p. 165).

A abordagem escolhida foi a teórica multidisciplinar, da apresentação de inventário de boas práticas, com o intuito de evidenciar a necessidade de empreender estruturalmente um processo de literacia midiática em diversas frentes, inclusive na imprensa, voltado a todos os tipos de audiências. O trabalho de educação para as novas mídias e suas tecno-consequências deve atingir todos os grupos de pessoas. Com isso, é possível se restabelecer a percepção de relevância social de qualquer informação bem tratada, investigada e transmitida aos olhos do cidadão. No caso da mídia, a informação fruto do rigor jornalístico encontra na literacia um aliado importante também. Educar as pessoas para manterem o pensamento crítico constantemente ativo é a única forma de combater as *fake news* e a desinformação e evitar suas tecno-consequências [efeitos e impactos surgidos pelas disrupções tecnológicas da contemporaneidade em todas as suas frentes].

Trabalhos como o de Pariser (2012) sobre o efeito sistêmico de algoritmos de inteligência artificial (IA), utilizados por empresas como Google e Facebook, que, intencionalmente ou não, acabam gerando uma espécie de filtro de conteúdo que nos expõe mais às coisas que ele (o algoritmo) entende como de nossa preferência, limitando o resto, dão pistas de como a desinformação está associada às bolhas de desejos. Neste sentido, o grupo de divulgação científica Vidya Academics², criado por alunos e docentes da Faculdade de Ciências Farmacêuticas de Ribeirão Preto (FCFRP) da USP, em parceria com o Pretty Much Science³, criou o Coronavírus – Manual das Fake News⁴. “Havia muitas publicações que afirmavam que a doença não apresentava perigo aos jovens e que o vírus havia sido criado em laboratório”, afirma Artur Acelino Queiroz, doutorando em Ciências pela Escola de Enfermagem de Ribeirão Preto (EERP) da USP e colaborador do Vidya Academics, que pode ser considerado um REA.

3. A nova lógica de disputa pela opinião pública

Estudos como o do Centro de Mídia Cívica do MIT relatados por Zuckerman (2017) também nos indicam que

2 Grupo no Facebook para divulgação do Vidya Academics. Disponível em <https://www.facebook.com/vidyaacademics/>. Acessado em 10/07/2020.

3 <https://www.facebook.com/pmuchscience/>. Acessado em 10/07/2020.

4 <https://drive.google.com/file/d/1J1LSiyenP74KkFZ6CiSJs6GyxGMkne59/view>. Acessado em 10/07/2020.

muito ainda será preciso avançar para compreendermos a nova lógica de disputa pela opinião pública. Completando esse pensamento, Santaella (2019) diz que

A formação educacional para e nas redes é, assim, a chave para o desenvolvimento de habilidades que tornam o usuário confiante na tarefa de interrogar sobre a precisão de uma informação e desafiar representações injustas, visões extremistas, violências simbólicas e brincadeiras ofensivas (Santaella, 2019, p. 28).

Os exemplos escolhidos reforçam o que diz Santaella na citação acima. Fabiane de Jesus foi linchada no Guarujá, litoral de São Paulo, por ser acusada de praticar magia negra com crianças. A informação era falsa, era um boato de internet. Carvalho (2015) ressalta a importância da construção de artefatos didáticos, tendo o próprio estudante como protagonista. Quando isso ocorre, de fato há a produção de conhecimento. A construção social em torno do “kit gay”, por exemplo, foi uma estratégia da campanha de Bolsonaro contra o adversário Fernando Haddad, que foi ministro da Educação entre os anos de 2005 e 2012, durante a maior parte do governo Lula (2003-2011) e parte do governo Dilma (2011-2016). Após as eleições presidenciais de 2018, uma pesquisa IDEIA Big Data/Avaaz (Avaaz, 2018) indicou que 83,7% dos eleitores de Jair Bolsonaro acreditaram nos argumentos do então candidato sobre a existência do “kit gay”.

A Unicef afirmou recentemente que a desinformação é a grande epidemia deste século, referindo-se à volta do sarampo no mundo em decorrência das *fake news*. Em outra dimensão, dados do Ministério da Saúde indicavam que, desde 2016, as taxas de imunização da população brasileira vêm caindo. Em 2017, a aplicação de todas as vacinas do calendário adulto ficou abaixo da meta no Brasil sob o risco de doenças já erradicadas. Uma das causas, para a coordenadora do Programa Nacional de Imunizações, Carla Domingues, relaciona-se à divulgação das chamadas *fake news* nas redes sociais e que, no caso das vacinas, podem causar alarde e assustar a população. *Fake news* foi eleita a palavra do ano de 2017 pelo dicionário Collins (BBC Brasil, 2017). A equipe de curadoria do dicionário afirma que naquele ano houve um aumento de 365% no uso do termo, motivado principalmente pelas reclamações do presidente estadunidense Donald Trump a respeito de notícias falsas dirigidas a ele. Curiosamente, segundo pesquisa, em 2018, da Universidade Oxford, foi justamente a extrema-direita o grupo que mais propagou *fake news* nos EUA, a mesma direita responsável por eleger Trump, de modo que ele foi beneficiado pela propagação de notícias falsas.

Observemos o exemplo de dois casos baseados em desinformação. Na noite de 30 de outubro de 1938,

Orson Welles produziu seu programa transmitido pela rádio CBS baseando-se na obra “A guerra dos mundos”, do escritor H. G. Wells. Causou pânico com sua narrativa e interpretação de que a Terra estaria sendo invadida por marcianos entre as cerca de 12 milhões de pessoas⁵ que o ouviam, porque não contou inicialmente se tratar de ficção, conforme Memmott (2013). Depois de passados 80 anos do programa de rádio, a Índia também registrou um caso célebre de mentira. Em junho de 2018, o país presenciou a morte de 27 pessoas por linchamento após boatos contra elas circularem pela plataforma de mensagens WhatsApp, com motivos variados, de tráfico de mulheres, racismo a até rituais de magia negra, conforme Demartini (2018).⁶ Os dois casos são exemplos de *fake news*, apesar de terem acontecido em épocas diferentes, com propósitos diferentes e com graus de consequências diferentes. No primeiro caso, a interpretação de Welles colaborou para a crença de que se tratava de um fato real. No segundo, uma mensagem de texto compartilhada desencadeou ódio a ponto de fazer pessoas matarem. Os dois canais – rádio e mensageiro digital – têm a seu favor a escalabilidade e o imediatismo, cada qual com um grau característico de sua época. O primeiro, no entanto, não resultou em tragédia, diferentemente do segundo caso, que ocasionou mortes.

Como diz Reno (2013), “estamos imersos em uma nova ecologia midiática”, caracterizada pela convergência, o que possibilita o surgimento de novos modelos narrativos. Dentro destes, o conteúdo começa a se expandir, a se alimentar e a circular em múltiplas plataformas. A narrativa adquire um caráter transmídia que, além de considerar diferentes plataformas de linguagem, assume o território como instância possível para narrar além dos ambientes virtuais. Espaços urbanos passam a tecer um ecossistema misto – presencial e digital – “onde os participantes se envolvem não só nos ambientes virtuais, mas também territoriais” (Reno, 2013, p. 11).

Quase tudo em nosso dia a dia nas mídias sociais em 2020 é mediado pelo algoritmo. Para Lev Manovich (2005, p. 288), “o algoritmo é uma ferramenta de linguagem para ambientes interativos”. Estamos imersos numa convivência com *bots*, mas muitas vezes não temos noção dessa mediação homem-máquina. Ou seja, os internautas tecem uma narrativa arriscada, do ponto de vista ético e político-social, pois falta educação midiática para perceber, por exemplo, como funciona a manipulação de dados, entre outros riscos causados pelo avanço da Inteligência Artificial (IA).

Só com a disseminação de instrumentos que fomentem a educação midiática, como, por exemplo, os REAs, a sociedade conseguirá reverter o avanço da desinformação. Para a UNESCO, Recursos Educacionais Abertos (REAs) são “materiais de ensino, aprendizado, busca e pesquisa em qualquer suporte ou mídia, que estão sob domínio público, ou estão licenciados de maneira aberta, permitindo que sejam utilizados ou adaptados por terceiros”. Ou seja, qualquer ferramenta, material ou técnica, que apoie o acesso ao conhecimento e seja aberta pode ser considerada REA. Podem ser cursos completos, partes de cursos, módulos, livros didáticos, artigos de pesquisa, vídeos, plataformas, software ou testes. Pensando nessa complexidade, este artigo propõe um inventário acessível e de fácil entendimento, pois todos devem ter a liberdade de usar, personalizar, melhorar e redistribuir recursos educacionais presentes gratuitamente na rede, como, por exemplo, o material educacional que a Fact-Checking Network (IFCN) preparou para o dia 2 de abril.

4. As boas práticas da literacia midiática

A partir de 2017, todos os anos a rede de checagem de fatos comemora o Fact-checking Day⁷. A iniciativa foi promovida pela (IFCN), ligada ao Instituto Poynter⁸, em parceria com organizações de verificação de fatos em todo o mundo em contrapartida ao dia 1º de abril, marcado como o “Dia da Mentira”. Inventariamos no artigo uma série de ações que podem ser consideradas REA, bem como o Dia da Mentira, relatado acima:

1. Desconfie dos conteúdos

É sempre importante checar o *site* ou veículo responsável por uma publicação. Algumas perguntas podem ser feitas para checar uma notícia: “Qual é a fonte? Quem responde por essa publicação?”. Além disso, o conteúdo é cheio de adjetivos.

2. Como checar uma informação

Com o avanço da tecnologia, as notícias falsas têm se aprimorado. Existe um mercado de notícias falsas, gente que produz esse conteúdo para imitar as notícias reais. A resposta a essa onda crescente de produção foi o surgimento de agências especializadas em checagem de conteúdo. No Brasil, as mais conhecidas são Agência Lupa, Aos Fatos, Agência Pública e Comprova (formada por 24 veículos de imprensa para investigar conteúdos que circulam nas redes). Voltado somente para a área de

5 Disponível em <https://www.dw.com/pt-br/orson-welles-e-a-atualidade-de-uma-li%C3%A7%C3%A3o-sobre-fake-news/a-46090756>

6 Disponível em <https://canaltech.com.br/redes-sociais/fake-news-enviadas-pelo-whatsapp-ja-levaram-a-mais-de-12-linchamentos-na-india-116568/>

7 <http://factcheckingday.com/>; acessado em 10/05/2019.

8 <https://www.poynter.org/>; acessado em 10/05/2019.

Educação, o projeto Mentira na Educação, não! – iniciativa de Nova Escola, com apoio do Instituto Unibanco, Instituto Alan, Futura e Facebook – verifica, discute e analisa informações que chegam até os professores e educadores de todo o país. Pesquisar uma frase ou informação em um buscador *online*, como o Google, também garante que o indivíduo veja em quais outros *sites* e jornais a notícia foi compartilhada, seja ela em texto, imagem ou vídeo.

3. Qual é o papel de quem dissemina notícias falsas

Uma das maiores dificuldades em desmentir uma notícia falsa é a velocidade com que elas ganham audiência. O volume de pessoas que compartilham notícias sem checar se a informação realmente é procedente faz parte do problema. Quem compartilha também é responsável. É preciso questionar se o *site* é um veículo de imprensa de respeito, por exemplo.

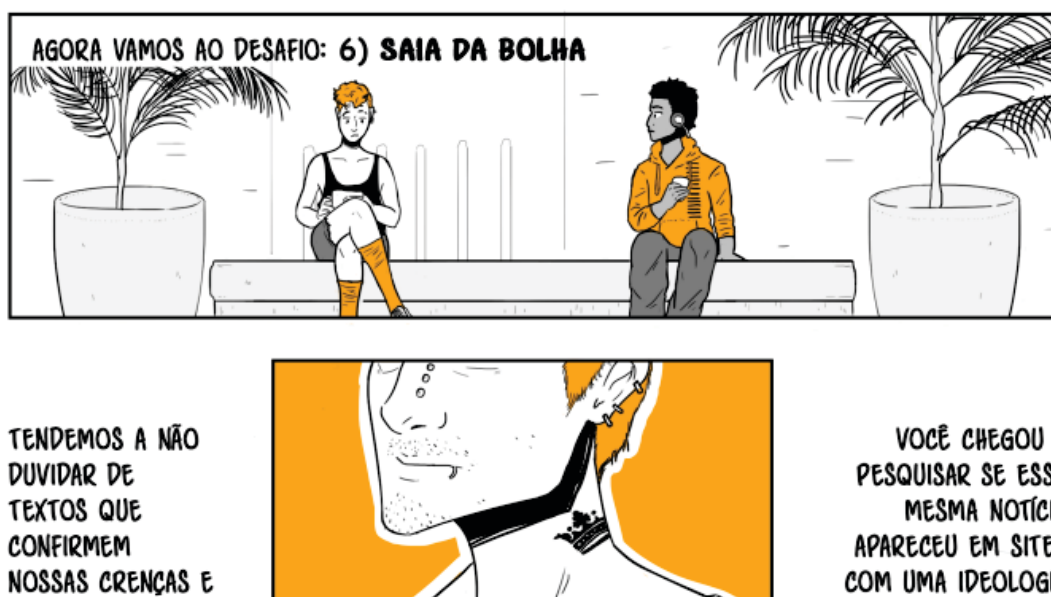
4. Qual é a hora certa para falar sobre notícias falsas na sala de aula

Ainda que seja um conteúdo complexo, é possível trabalhar as notícias falsas desde o Ensino Fundamental. Assim, quando o aluno chegar ao Ensino Médio, ele estará mais familiarizado com o assunto e contará com um senso crítico mais desenvolvido. O professor deve estimular a prática da checagem em eventos e encontros com os pais, avós e familiares. A criança tem um papel educacional fundamental no grupo familiar.

5. Como levar o assunto para o debate na sala de aula, no clube, na associação de moradores?

Em todos os segmentos, a temática das notícias falsas pode ser abordada. Buscar pesquisas e bases de informação ajuda a expor o assunto. É também importante explicar a diferença entre informação e opinião e como isso se dá no contexto da notícia falsa. Existem ótimos materiais gratuitos para *download*, como o manual de checagem em formato de HQ desenvolvido pela Aos Fatos em parceria com a IFCN.

Figura 1: Manual de checagem em formato de HQ, disponibilizado gratuitamente na rede



6. Qual é o tom certo para tratar o assunto

Conversar sobre o fenômeno das notícias falsas em todos os lugares possíveis ajuda a democratizar. Em uma democracia, fato é fato. Opinião a gente relativiza, cada um tem a sua, mas fato a gente respeita para criar uma base sólida para o debate público e fortalecer a democracia.

7. Como sair da bolha e ver o mundo

Entender a diversidade e a complexidade do mundo não é tarefa fácil, mas é um bom exercício para sair da zona de conforto. Quanto mais ouvimos o outro lado, a opinião que nem sempre é parecida com a nossa, menos suscetíveis estaremos às notícias falsas. Por exemplo, aprender a duvidar da procedência da imagem vira hábito.

Arrastando-a para o Google Imagens, a ferramenta irá mostrar se essa foto já foi publicada na internet anteriormente. O mesmo pode ser feito com a ferramenta Yandex⁹, que também organiza seus resultados conforme a resolução da imagem, o que ajuda na hora de enxergar detalhes manipulados.

8. Compreensão correta

Trata-se de compreensão para entender as coisas como elas realmente são. Entender que as pessoas precisam umas das outras. Que tudo está ligado numa grande cadeia. Se você pensar nisso, antes de compartilhar

qualquer coisa, seja texto, foto ou vídeo, já vai evitar um estrago enorme. Não confie apenas nessas ferramentas. Se a informação não está lá, não significa que não existe.

9. Fala correta

Na fala, mostramos quem somos. E, se não tiver nada de construtivo para falar, para compartilhar, fique em silêncio. A Coca-Cola¹⁰ criou, desde 2017, um ambiente chamado #éboato, em que faz pontuações dos principais boatos sobre a marca, com base nas citações que recebe associadas a seu nome. Essas iniciativas educacionais devem crescer no mercado corporativo.

Figura 2: Ação educacional da Coca-Cola contra a disseminação de desinformação



10. Ação correta

Colocar-se o tempo todo no lugar do outro. As bolhas vivem de egos inflados. Todos entendem de tudo e têm razão. Em 2017, por exemplo, o jornal *Extra* noticiou a existência de um golpe envolvendo a marca McDonald's e a plataforma WhatsApp. Uma mensagem anunciava uma promoção no valor de R\$ 70,00 para serem gastos como o cliente quisesse, bastando preencher um cadastro com dados pessoais a partir de um *link* disponibilizado. Segundo a reportagem, o McDonald's teve a identidade visual da sua marca copiada, a fim de que a mensagem parecesse o mais real possível. Em 24 horas de circulação da mensagem falsa, mais de 100 mil pessoas acreditaram e participaram da promoção. Em algumas horas, depois

de se noticiar nas TVs abertas e rádios a morte do cantor Gabriel Diniz, em 27 de maio de 2019, conhecido pelo sucesso musical "Jennifer", seu perfil no Instagram teve um aumento de 300% de seguidores, e imagens do resgate do avião que havia caído começaram a circular sem limite nos grupos de WhatsApp. O que leva uma pessoa a seguir alguém que acabou de falecer? Quando perdemos a ética e o bom senso? Como nos ensina Milton Santos, mais importante que a consciência do lugar é a consciência do mundo, obtida através do lugar, da ética, da democracia.

Também encampando os princípios dos REAs e nascida da inquietação provocada pelo momento presente de potencialização das narrativas desinformacionais nos ambientes da saúde e no campo político, além de outros, a Rede Nacional de Combate à Desinformação (RNCD) foi pensada inicialmente dentro de uma pesquisa de Pós-Doutorado junto à Escola de Comunicação da UFRJ em 2019. Em 2020, a pesquisa foi apresentada dentro do Projeto

⁹ <https://yandex.com/images>; acessado em 12/06/2019.

¹⁰ <https://www.cocacolabrazil.com.br/pergunte>; acessado em 05/05/2019.

Mandacaru, que abriga voluntários de diversas áreas do conhecimento científico e que é vinculado ao Comitê Nordeste de Combate à Covid. Até o final de 2020, a RNCD agrupava mais de 70 parceiros entre grupos de pesquisa, universidades e instituições de diversas naturezas que trabalham e contribuem de alguma forma para combater o mercado da desinformação que floresce em nosso Brasil.

5. Considerações finais

O artigo pretendeu lançar reflexões sobre o fenômeno das *fake news*, considerado como a grande epidemia deste século. Esse fenômeno, embora não seja novo, permeia diferentes áreas e pode impactar a vida de pessoas comuns, causar tragédias, destruir reputações e destituir governos. O fenômeno do falso desdobra-se também em produtos, na política, em marcas e em vacinas, sob o risco de voltarem doenças já erradicadas, causando estragos à democracia e à vida. Encontrou o ambiente em rede e interconectado, possibilitando efeitos imediatos e em escala, que é alavancado pelo receptor, o qual ganhou voz e tornou-se produtor de conteúdo e pode utilizar as narrativas que transitam na ecologia midiática, da transmídia mediada agora pelo algoritmo. Neste contexto, a narrativa transmídia torna-se narrativa arriscada. A complexidade de fatores tecnológicos, sociais, comportamentais e a pluralidade de ferramentas tornam o trabalho de combate mais desafiador.

A educação é a única forma de se enfrentar essa desafiante e complexa epidemia, em um processo que necessita ser constante, mostrando que fatos viram história no futuro e desejos nas redes sociais só alimentam os egos da sociedade de consumo. Deve-se evidenciar a necessidade de empreender um processo de literacia midiática em múltiplas frentes, até na imprensa, e atingir todos os grupos de pessoas, um processo desenhado especificamente para cada audiência.

Dessa perspectiva, apresentamos neste artigo um pequeno inventário acessível e de boas práticas de literacia midiática, que tem em sua essência os REAs, os quais podem ser qualquer ferramenta com acesso ao conhecimento aberto, tais como: um material, um vídeo, uma plataforma, um artigo, etc. Com os REAs, além da liberdade de usar esses produtos, podem-se personalizá-los, melhorá-los e redistribuí-los. Tal inventário contém 10 práticas de literacia, quais sejam: (i) desconfie dos conteúdos, (ii) como checar uma informação, (iii) qual é o papel de quem dissemina notícias falsas, (iv) qual é a hora certa para falar sobre notícias falsas na sala de aula?, (v) como fazer o debate na sala de aula, no clube, na associação de moradores?, (vi) qual o tom certo para tratar o assunto?, (vii) como sair da bolha e ver o mundo, (viii) compreensão correta, (ix) fala correta, e (x) ação correta.

Nesse contexto, a educação deve manter nas pessoas o pensamento crítico constantemente ativo, por meio da literacia midiática, utilizando-se dos REAs. Ela deve ser empreendida para todas as audiências de forma maciça, incluindo famílias, empresas, palestras, conversas e estudos de casos em escolas, associações e se configura no combate mais eficaz às distorções informacionais e no resgate do pensamento crítico, capaz de combater a desinformação.

Referências

- AVAAZ. 2018. *Pesquisa IDEIA Big Data/Avaaz*. Disponível em: https://avaazimages.avaaz.org/PO%20IDEIA%20-%20Relatorio%20AVAAZ_v2_PO%20version%20%281%29.pdf. Acesso em: 05/02/2021.
- BAUMAN, Z. 2007. *Vida líquida*. Rio de Janeiro, Zahar.
- BBC NEWS. 2017. 'Fake News' é eleita palavra do ano e ganhará menção em dicionário britânico. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-41843695>. Acesso em: 05/02/2021.
- BENKLER, Y. 2006. *The wealth of the networks: how social production transforms markets and freedom*. London, Yale University Press.
- CARVALHO, R. 2015. *Novela Gráfica: autobiografia e dessubjetivação*. In: 6º SBECE 3º SIECE Educação Transgressão Narcisismo (Seminário Brasileiro de Cultura e Educação e Seminário Internacional de Estudos Culturais e Educação), 2015.
- CASTELLS, M. 2009. *A sociedade em rede*. Rio de Janeiro, Paz & Terra.
- DEBORD, G. 1997. *A sociedade do espetáculo*. Tradução de Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro, Contraponto.
- DEMARTINI, F. 2018. Fake news enviadas pelo WhatsApp já levaram a mais de 12 linchamentos na Índia. Disponível em: <https://canaltech.com.br/redes-sociais/fake-news-enviadas-pelo-whatsapp-ja-levaram-a-mais-de-12-linchamentos-na-india-116568/>. Acesso em: 05/02/2021.
- ESTADO DE S. PAULO, O. 2018. Notícia falsa gera ameaças contra organização jesuíta que atende refugiados venezuelanos. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/blogs/estadoo-verifica/noticia-falsa-gera-ameacas-contra-organizacao-jesuista-que-atende-refugiados-venezuelanos/>. Acesso em: 22/05/2019.
- FACT-CHECKING DAY. 2019. This cartoon has 7 tips for fact-checking online information. Disponível em: <https://factcheckingday.com/articles/24/this-cartoon-has-7-tips-for-fact-checking-online-information>. Acesso em: 22/05/2019.
- FERRARI, P. 2018. *Como sair das bolhas*. São Paulo, Educ/Armazém da Cultura.
- FERRARI, P. (org.). 2018. *Fluido, fluxo*. Porto Alegre, Editora Fi.
- KAKUTANI, M. 2018. *A morte da verdade*. Tradução André Czarnobai, Marcela Duarte. Rio de Janeiro, Intrínseca.
- KEYES, R. 2018. *A era da pós-verdade: desonestidade e enganação na vida contemporânea*. Tradução Fábio Creder. Petrópolis, RJ, Vozes.
- LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. 2011. *A cultura-mundo: resposta a uma sociedade desorientada*. Tradução Maria Lúcia Machado. São Paulo, Companhia das Letras.

- MANOVICH, L. 2005. *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital*. Buenos Aires, Paidós Comunicación.
- MEMMOTT, Mark. 2013. 75 years ago, 'War of the Worlds' started a panic. Or did it? Disponível em: <https://www.mtp.org/post/75-years-ago-war-worlds-started-panic-or-did-it>. Acesso em: 05/02/2021.
- MERRIAM-WEBSTER. 2017. The real story of 'fake news'. Disponível em: <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/the-real-story-of-fake-news>. Acesso em: 16/05/2018.
- MITCHELL, M. 2009. *Complexity: a guided tour*. New York, Oxford University Press.
- NEWMAN, M. 2010. *Networks: an introduction*. New York, Oxford University Press.
- PARISER, E. 2012. *O filtro invisível: O que a internet está escondendo de você*. Rio de Janeiro, Zahar.
- PEROSA, T. 2017. O império da pós-verdade. Disponível em: <http://epoca.globo.com/mundo/noticia/2017/04/o-imperio-da-pos-verdade.html>. Acesso em: 20/12/2017.
- RENO, D. 2013. *Periodismo transmedia: miradas múltiples*. (Editor Académico). Rosario, Editorial Universidad del Rosario.
- SANTAELLA, L. 2010. *A ecologia pluralista da comunicação: Conectividade, mobilidade, ubiquidade*. São Paulo, Paulus.
- SANTAELLA, L. 2019. *A pós-verdade é verdadeira ou falsa?* Barueri, SP, Estação das Letras e Cores.
- SLOTERDIJK, P. 2000. *Regras para o parque humano*. São Paulo, Estação Liberdade.
- UNESCO. 2018. Journalism, fake news and disinformation. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265552>. Acesso em: 20/12/2017.
- VEJA. 2018. Falha em vacinação ameaça erradicação de doenças no Brasil. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/saude/falha-em-vacinacao-ameaca-erradicacao-de-doencas-no-brasil/>. Acesso em: 10/04/2019.
- YOUNG, P. 2009. Innovation diffusion in heterogeneous populations: Contagion, social influence, and social learning. *The American Economic Review*, **99**(5). Disponível em: <http://www.fedweb.unimaas.nl/meteor-seminar-et/spring-2008/papers-and-abstracts/Young-InnDiff21Sept07.pdf>. Acesso em: 20/12/2017.
- ZUCKERMAN, E. 2017. Mistrust, efficacy and the new civics: understanding the deep roots of the crisis of faith in journalism. Disponível em: <https://medium.com/trust-media-and-democracy/mistrust-efficacy-and-the-new-civics-a-whitepaper-for-the-knight-foundation-7107de874250>. Acesso em: 22/05/2019.

Artigo submetido em 16-10-2019

Aceito em 18-12-2020