

Universidade do Minho  
Instituto de Ciências Sociais

Cristiano Eduardo Faria

Convergência do jornalismo à educação para leituras transmédia das (des)informações: estudo sobre o nível de literacia mediática em jovens de escolas públicas do Brasil





**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

Cristiano Eduardo Faria

**Convergência do jornalismo à educação para leituras transmédia das (des)informações: estudo sobre o nível de literacia mediática em jovens de escolas públicas do Brasil**

Dissertação de Mestrado  
Mestrado em Ciências da Comunicação  
Ramo de Investigação

Trabalho efetuado sob a orientação do(a)  
**Professor Doutor José Gabriel Andrade**

## DIREITOS DE AUTOR E CONDIÇÕES DE UTILIZAÇÃO DO TRABALHO POR TERCEIROS

Este é um trabalho académico que pode ser utilizado por terceiros desde que respeitadas as regras e boas práticas internacionalmente aceites, no que concerne aos direitos de autor e direitos conexos.

Assim, o presente trabalho pode ser utilizado nos termos previstos na licença abaixo indicada.

Caso o utilizador necessite de permissão para poder fazer um uso do trabalho em condições não previstas no licenciamento indicado, deverá contactar o autor, através do RepositóriUM da Universidade do Minho.

### *Licença concedida aos utilizadores deste trabalho*



Atribuição  
CC BY

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'A. Pereira', followed by a colon and a period.

Braga, 15 de dezembro de 2021

## DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE

Declaro ter atuado com integridade na elaboração do presente trabalho académico e confirmo que não recorri à prática de plágio nem a qualquer forma de utilização indevida ou falsificação de informações ou resultados em nenhuma das etapas conducente à sua elaboração.

Mais declaro que conheço e que respeitei o Código de Conduta Ética da Universidade do Minho.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Luis', followed by two dots. The signature is written in a cursive style with a large circular flourish at the beginning.

Braga, 15 de dezembro de 2021

## AGRADECIMENTOS

Nestas linhas em que encerro uma importante fase da minha vida pessoal e profissional, com a obtenção do título de Mestre em Ciências da Comunicação, não poderia deixar de agradecer primeiramente a algo superior que, desde sempre, esteve à minha frente: DEUS. Digo-lhes que foi Ele a quem mais recorri durante estes anos distante da minha família e amigos. Mas acima de tudo, sou grato pela oportunidade de vivenciar o imprevisível deste lado do oceano e por tudo que vivi em cada linha desta dissertação.

Gratidão à minha mãe, mulher que me inspira pela sua força, coragem e determinação – esta conquista também é mérito da senhora;

À minha irmã, que sempre acreditou em mim, independente de qualquer coisa, e a quem eu sou grato pelos maiores presentes que eu já ganhei na vida: o Miguel e a Melissa.

Devo um agradecimento mais que especial ao meu melhor e maior amigo César Almeida, que sempre esteve ao meu lado; me apoiando, acolhendo minhas dores e aplaudindo minhas conquistas. Seu apoio, paciência e incentivo fizeram toda diferença nestes anos.

Gratidão ao meu tio Hélio Andrade Gouvea, que me incentivou neste processo de estudar e morar fora. E a quem eu me inspiro nesta busca pelo conhecimento acadêmico, independente do tempo e das limitações;

À minha amiga, professora e diretora Heloísa Velloso (*in memoriam*), que dizia para eu mirar o céu e tentar todas as oportunidades desta vida;

Às professoras e amigas mais incríveis que tive na vida e das quais orgulho-me de ter passado de aluno para amigo, Halnia Matias (4<sup>o</sup> série C) e Vânia Buriti (em todo o ensino médio). Eu sei que cada conquista minha é parte do conhecimento que vocês depositaram em mim. Gratidão por terem feito tanto com os poucos recursos do ensino público do Brasil;

À professora Lia Leal, que fez parte da minha formação acadêmica e abriu as portas do mundo para as oportunidades que estão além-mar. Muito obrigado por isso!

Aos meus colegas de mestrado, meus agradecimentos pela parceria nesta trajetória que trilhamos juntos e pela rede de apoio, amizade e acolhimento que construímos ao longos destes anos. Vocês terão sempre um lugar especial nas minhas memórias de Braga. Em especial, agradeço minha amiga e parceira de pesquisas, Andreza Alves, por todo apoio, incentivo, colo e

empurrões que você me deu. Sou grato por tudo que construímos até aqui e por tudo que há de vir no futuro.

Agradeço a todos os amigos que fiz durante este período em Braga, pelo que não citarei nomes, pois, além de serem muitos, posso correr o risco de esquecer alguém. Vocês foram incríveis e, sem dúvidas, contribuíram para que esta experiência fosse ainda melhor.

Por fim, agradeço aos professores da Universidade do Minho, em especial ao professor Doutor José Gabriel Oliveira Andrade Júnior. Sou grato por ter aceitado o desafio de me orientar durante a produção desta pesquisa, mas, acima de tudo, por ter acreditado que eu poderia ir mais longe, me colocando em desafios acadêmicos e de investigações.

*Talvez a verdadeira e mais sábia inclusão seja a da auto-exclusão inteligente, questionadora e inquieta. Exclua-se incluindo-se, perturbe o sistema e “don't believe the hype”!*

*André Lemos*



*Nós somos responsáveis pelo outro, estando atento a isto ou não, desejando ou não, torcendo positivamente ou indo contra, pela simples razão de que, em nosso mundo globalizado, tudo o que fazemos (ou deixamos de fazer) tem impacto na vida de todo mundo e tudo o que as pessoas fazem (ou se privam de fazer) acaba afetando nossas vidas.*

*Zygmunt Bauman*

## Resumo

A relação entre o jovem e os média demandam novas formas de pedagogia de ensino que possa promover diferentes formas de literacia. Neste sentido, a educação escolar pode ser o caminho para despertar nos jovens literacias para os média, que possam auxiliá-los nos processos que incidem sobre as leituras transmídia das (des)informações, de modo que sejam capazes de atuar no combate à desinformação. A convergência entre os média possibilitou a proliferação de narrativas que, com a democratização das redes digitais e dos dispositivos tecnológicos, passaram a circular de maneira transmediática; alterando a forma como as informações são produzidas, consumidas e mediatizadas (Jenkins, 2019; Scolari, 2013). Desta forma, a convergência impõe novas realidades que atravessam o uso das tecnologias, o público, o mercado dos média, as narrativas produzidas pelos média (...) até atingir à educação. Esta última, responsável pela promoção do conhecimento, leitura e interpretação da realidade que se desdobra através das informações transmídia. A educação escolar pode contribuir para que os estudantes possam participar conscientemente e criticamente desta realidade no qual os média, as redes e a sociedade participam da construção do conhecimento. Acreditando ser necessário a convergência entre a educação escolar com o ensino dos média, esta pesquisa pretende buscar elementos que ajudam a compreender os distintos aspectos da convergência, passando pelas narrativas transmediáticas do jornalismo à desinformação. Pretende-se, através da pesquisa de campo, identificar como os jovens brasileiros estudantes de escolas públicas interagem com os média, com as informações e desinformações tendo como princípio a convergência. Por fim, busca-se avaliar de forma descritiva o domínio de literacia para os média, tecnologias, informações e desinformações nos jovens estudantes.

**Palavras-chave:** Jornalismo de Convergência; Jornalismo Transmídia; Educação e Jornalismo; Narrativa Transmídia; Literacia Mediática; Educação e Desinformação

## Abstract

The relationship between young people and the media demands new forms of teaching pedagogy that can promote different forms of literacy. In this sense, school education can be the way to awaken in young people media literacy, which can help them in the processes that affect transmedia readings of (dis)information, so that they are able to act in the fight against misinformation. The convergence between the media made possible the proliferation of narratives that, with the democratization of digital networks and technological devices, began to circulate in a transmedia way; changing the way information is produced, consumed and mediated (Jenkins, 2019; Scolari, 2013). In this way, convergence imposes new realities that cross the use of technologies, the public, the media market, the narratives produced by the media (...) until reaching education. The latter is responsible for promoting knowledge, reading and interpreting the reality that unfolds through transmedia information. School education can contribute so that students can consciously and critically participate in this reality in which the media, networks and society participate in the construction of knowledge. Believing that the convergence between school education and media teaching is necessary, this research intends to seek elements that help to understand the different aspects of convergence, going through transmedia narratives from journalism to misinformation. It is intended, through field research, to identify how young Brazilian students from public schools interact with the media, with information and misinformation having convergence as a principle. Finally, we seek to descriptively assess the literacy domain for the media, technologies, information and misinformation in young students.

**Keywords:** Convergence Journalism; Transmedia Journalism; Education and Journalism; Transmedia Narrative; Media Literacy; education and misinformation

## Resumen

La relación entre los jóvenes y los medios de comunicación exige nuevas formas de enseñanza pedagógica que puedan promover diferentes formas de alfabetización. En este sentido, la educación escolar puede ser la vía para despertar en los jóvenes la alfabetización mediática, que puede ayudarlos en los procesos que afectan las lecturas transmedia de (des) información, para que sean capaces de actuar en la lucha contra la desinformación. La convergencia entre los medios hizo posible la proliferación de narrativas que, con la democratización de las redes digitales y los dispositivos tecnológicos, comenzaron a circular de manera transmedia; cambiando la forma en que se produce, consume y media la información (Jenkins, 2019; Scolari, 2013). De esta forma, la convergencia impone nuevas realidades que atraviesan el uso de las tecnologías, el público, el mercado mediático, las narrativas producidas por los medios (...) hasta llegar a la educación. Este último se encarga de promover el conocimiento, la lectura y la interpretación de la realidad que se despliega a través de la información transmedia. La educación escolar puede contribuir para que los estudiantes participen consciente y críticamente de esta realidad en la que los medios, las redes y la sociedad participan en la construcción del conocimiento. Creyendo que la convergencia entre la educación escolar y la enseñanza en medios es necesaria, esta investigación pretende buscar elementos que ayuden a comprender los diferentes aspectos de la convergencia, desde las narrativas transmedia desde el periodismo hasta la desinformación. Se pretende, a través de la investigación de campo, identificar cómo los jóvenes estudiantes brasileños de las escuelas públicas interactúan con los medios, con la información y la desinformación teniendo como principio la convergencia. Finalmente, buscamos evaluar descriptivamente el dominio de la alfabetización para los medios, tecnologías, información y desinformación en estudiantes jóvenes.

**Keywords:** Periodismo de convergencia; Periodismo transmedia; Educación y Periodismo; Narrativa transmedia; La alfabetización mediática; educación y desinformación

## ÍNDICE

Lista de abreviaturas e siglas.....	xiv
Índice de gráficos.....	xv
<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>1</b>

## CAPÍTULO I

### 1. Ambientação teórica-metodológica: um convite à leitura da pesquisa

1.1. Caminhos metodológicos percorridos.....	8
1.2. Universo da amostragem: motivações e justificativas para escolha das escolas.....	10
1.3. Características das escolas.....	12
1.4. Plano de Educação das escolas públicas do Estado de São Paulo.....	13
1.5. Imersão à pesquisa de campo.....	14
1.6. Aspectos éticos da pesquisa.....	15
1.7. Procedimentos para a recolha dos dados.....	16
1.8. Tratamento dos dados.....	16
1.9. Perfil da amostra.....	17

## CAPÍTULO II

### 2. CULTURA DA CONVERGÊNCIA ENQUANTO GÊNESE DA NARRATIVA TRANSMÍDIA NO JORNALISMO: CONCEITO, DEFINIÇÃO E IDENTIFICAÇÃO

2.1. Dimensões da Convergência: dos dispositivos tecnológicos às narrativas.....	21
2.2. Convergência tecnológica e empresarial.....	25
2.3. Convergência profissional e comunicativa.....	28
2.4. Convergência e hibridizações das narrativas nos mídia.....	31
2.5. “Nós somos as narrativas”: informação jornalística para assimilação das realidades narradas.....	34
2.6. Narrativa transmídia como antídoto à desinformação.....	37

## CAPÍTULO III

### 3. JORNALISMO E CONVERGÊNCIA: TRANSMEDIALIDADE, PARTICIPAÇÃO E CONSTRUÇÃO DA INTELIGÊNCIA COLETIVA

3.1. Do que falamos sobre a narrativa transmídia?.....	41
3.2. Narrativa transmídia no jornalismo.....	44
3.3. Características da narrativa transmídia no Jornalismo.....	47
3.4. Participação do público na construção da inteligência coletiva.....	51

## CAPÍTULO IV

### 4. JORNALISMO, PARTICIPAÇÃO E DESINFORMAÇÃO TRANSMEDIÁTICA: RESGATE DAS NARRATIVAS DESINFORMATIVAS NO BRASIL E A PARTICIPAÇÃO DO JOVEM BRASILEIRO

4.1. Manipulação e “ <i>fake news</i> ”: um olhar sobre as narrativas criadas para desinformar.....	56
4.2. Desinformações como protagonista nos média e o desafio para o jornalismo contemporâneo.....	62
4.3. Recorte sobre a participação dos jovens nas redes: hibridizações narrativas nas manifestações de Junho de 2013.....	59
4.4. Democracia em crise: onda de desinformação do impeachment à eleição do Bolsonaro.....	69
4.5. Desinformação em tempos de pandemia: infodemia na COVID-19.....	73

## CAPÍTULO V

### 5. INTEGRAÇÃO DA ESCOLA COM OS MÉDIA: PROMOÇÃO DE NOVAS LITERACIAS AOS JOVENS EM CONTEXTO ESCOLAR

5.1. Literacia Mediática para democratização da informação e manifestação da cidadania e dos direitos.....	80
5.2. Um olhar sobre o jovem e a relevância de estreitar a relação da escola com os média de informação.....	85
5.3. Protagonismo dos jovens e seu papel no combate à desinformação.....	87

## CAPÍTULO VI

### 6. APRESENTAÇÃO E ANÁLISES DOS RESULTADOS

6.1. Perfil social, consumo de tecnologias e mídias.....	92
6.2. Regras e práticas de ensino tecnológico nas escolas.....	97
6.3. Identificação das redes e plataformas mais utilizadas.....	100
6.4. Comportamento na partilha de informações.....	104

6.5. Percepções e possíveis literacias para o uso dos média de informação e comunicação.....	106
6.5.1. O que os jovens pensam das informações que circulam nas redes?.....	106
6.5.2. Práticas de checagem das informações.....	109
6.5.3. Práticas utilizadas para buscar informações.....	113
6.5.4. Percepções sobre informação pessoal: autoavaliação.....	115
6.5.5. Percepções sobre o jornalismo e informações jornalísticas.....	118
6.5.6. Percepções dos jovens sobre a desinformação.....	123
6.5.7. Percepções sobre as informações e desinformações presentes nos média do Brasil.....	127
6.5.8. Percepções sobre credibilidade dos produtores de informações.....	130
<b>7. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>132</b>
<b>8. REFERÊNCIAS.....</b>	<b>135</b>
<b>9. ANEXOS.....</b>	<b>142</b>
9.1. Parecer da Secretaria de Educação do Estado de São Paulo.....	142
9.2. Parecer do CEICSH.....	148
9.3. Parecer do CECS.....	149
9.4. Declaração do CECS para andamento da pesquisa.....	150
9.5. Termo de confiabilidade e sigilo das informações.....	151

## **Lista de abreviaturas e siglas**

**AMI** – Alfabetização Midiática e Informacional

**CECS** - Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade

**CEICSH** - Comissão de Ética para a Investigação em Ciências Sociais e Humanas

**IBGE** - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

**NT** – Narrativa Transmídia

**NJT** – Narrativa Jornalística Transmídia

**OMS** – Organização Mundial da Saúde

**ONU** – Organização das Nações Unidas

**TIC** – Tecnologias da Informação e Comunicação

**UNESCO** – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura



## Índice de gráficos

<b>Gráfico 01</b> - participação por ano escolar.....	17
<b>Gráfico 02</b> - idade dos participantes.....	19
<b>Gráfico 03</b> - hábitos de consumo dos média e tecnologias.....	93
<b>Gráfico 04</b> - dispositivos que possuem em casa ou pessoalmente.....	94
<b>Gráfico 05</b> - acesso à internet e média de comunicação e informação em casa.....	95
<b>Gráfico 06</b> - hábitos de consumo dos média de comunicação e informação.....	96
<b>Gráfico 07</b> - práticas de uso de tecnologias em aula/escola.....	98
<b>Gráfico 08</b> - aulas que abordam como temática a evolução tecnológica.....	99
<b>Gráfico 09</b> - identificação das redes mais utilizadas pelos jovens.....	101
<b>Gráfico 10</b> - identificação sobre o que os jovens fazem ao se conectarem à internet.....	103
<b>Gráfico 11</b> - comportamento de partilhas nas redes e plataforma.....	105
<b>Gráfico 12</b> - as redes sociais são meios confiáveis para adquirir informações?.....	107
<b>Gráfico 13</b> – o que pensam sobre as notícias sobre a política nas redes sociais.....	107
<b>Gráfico 14</b> - práticas de checagem das informações antes de compartilhá-las.....	110
<b>Gráfico 15</b> - práticas de comparar as informações em outros média.....	111
<b>Gráfico 16</b> – concepções sobre a seriedade dos meios (site, blogue, redes sociais, etc) e credibilidade dos jornalista.....	112
<b>Gráfico 17</b> - média usados para se manterem informados.....	114
<b>Gráfico 18</b> - percepções dos estudantes sobre “estar informado”.....	116
<b>Gráfico 19</b> - opinião dos jovens sobre as notícias que circulam nos média digitais.....	118
<b>Gráfico 20</b> - percepções dos jovens sobre o jornalismo.....	120
<b>Gráfico 21</b> - elementos que despertam interesse para compartilhar informações.....	121
<b>Gráfico 22</b> - percepções dos jovens sobre o que é desinformação.....	124
<b>Gráfico 23</b> - percepções sobre partilhas de desinformações.....	125
<b>Gráfico 24</b> - percepções em relação às informações e desinformações nos média do Brasil.....	128
<b>Gráfico 25</b> - indicador de seguidores de youtubers e influencers.....	131
<b>Gráfico 26</b> - percepções de credibilidade entre youtubers e jornalistas.....	132

## INTRODUÇÃO

A convergência entre jornalismo e a educação é necessária em tempos em que a desinformação toma conta dos média (Brites, 2015). Incentivar os jovens na busca pela informação de qualidade não é o suficiente por parte da escola. É preciso, antes de tudo, promover formas de literacia mediática, digital e cívica (Cardoso & Baldi, 2018) que insiram os jovens em um mundo que se desenvolve e se estabelece sobre as narrativas; onde as narrativas são transmediatizadas e fluidizam-se entre informações e desinformações nas redes digitais. Na Sociedade da Informação (Castell, 2007), informação e desinformação formam um imenso hipertexto (Lévy, 1994) na qual torna-se preciso propor discussões sobre os média com o intuito de despertar a consciência crítica em torno das narrativas consumidas pelos jovens.

Paulo Freire (1987), um dos maiores pensadores sobre educação do Brasil, considera que o processo de aprendizagem deve partir da educação-ação. Nesta perspectiva, a educação não se limita a lecionar apenas o conteúdo programado e estático descritos nos livros, como também faz uso das narrativas de um mundo dinâmico e em movimento como método de aprendizagem. O pesquisador assinala em suas obras que a dinâmica do ensino deve considerar o uso da realidade como pedagogia de reflexão. Assim, os diferentes contextos que emergem nas sociedades podem servir de elementos de reflexão crítica sobre a realidade que insere os jovens.

Neste caminho, a comunicação, os média, o jornalismo, a informação e, sobretudo, a desinformação, não são apenas pautas que integram o mundo fora dos muros da escola. A educação em tempos de convergência considera os média de comunicação e informação - do qual o jornalismo faz parte - nos processos de aprendizagem. Contempla o jornalismo como um exercício para a liberdade da informação; a narrativa jornalística como fonte de conhecimento e a desinformação como um problema a ser combatido. A educação em tempos de convergência reconhece que a sociedade da informação demanda a leitura multimodal das suas narrativas que, na contemporaneidade, circulam em múltiplas plataformas e faz uso de diferentes formas de linguagens.

O uso da narrativa transmídia possibilitou a exploração e a expansão do enredo pelos média de comunicação, informação e do entretenimento, através da fragmentação de histórias

dispersas por múltiplas plataformas. Desta forma, a fluidez de uma história<sup>1</sup> consegue ser grande o bastante para conceber um universo de possibilidades ao público. Ademais, a narrativa transmídia também alterou a estrutura convencional dos média com o público, exercendo uma certa convergência entre produtor e receptor. Esta forma de narrativa reestruturou as hierarquias que existiam entre os “detentores de conhecimento e os receptores de conteúdo” (Alves, 2015, p. 30) através da participação do público na construção das narrativas.

O emprego da narrativa transmídia no jornalismo atua de algumas formas diferentes do entretenimento. Contribui para que haja uma certa liberdade criativa da história, provocada pela ruptura com a tradicionalidade do *lead* (Oliveira & Moreira, 2020) e por sua aproximação com a literatura (Cunha & Montello, 2014); fazendo com que a história narrada seja mais humanizada e menos objetiva. Com isso, ao usar os recursos transmediáticos, o jornalismo também liberta a narrativa para que esta seja explorada em diferentes plataformas, gerando múltiplas formas de consumo, garantindo a participação do público no universo narrado (Scolari, 2013; Jenkins, 2019). É neste cenário de liberdade, em poder circular em plataformas articuladas e formatos distintos, que a história se transforma em narrativa transmídia e, desta forma, permite que o público possa ser convertido em caçadores das informações dispersas, desempenhando autonomia sobre como, onde e quando consumi-las.

Neste estudo, consideramos que as desinformações que circulam nos média (neste caso, tendo como pano de fundo o Brasil) também fazem uso dos elementos da narrativa transmídia para despertar emoção, ganhar visibilidade e gerar compartilhamentos. Muitas vezes simulando informação jornalística (Fontcuberta, 1999; Silva, 2019; Gallo, 2017), as desinformações convertem-se em um penhasco capaz de comprometer a credibilidade do jornalismo. Através da simulação, as desinformações exercem influência na atuação do público em sociedade, sendo capazes de minar os sistemas democráticos ao redor do mundo. Em oposição à desinformação, a promoção de novas formas de literacias por parte da educação escolar pode contribuir para formação de jovens mais críticos em relação aos conteúdos consumidos pelos média.

Assim, pode-se dizer que a escola em tempos de convergência precisa redimensionar seu pensar sobre os média, uma vez que a consolidação da convergência entre os média exige novos

---

<sup>1</sup> É sabido que “história” e “narrativa” não são sinônimos. Enquanto a primeira refere-se às sequências de um evento contado ou descrito de forma abrangente, sem detalhes específicos e sem a necessidade de planejamento, a narrativa requer esforço orquestrado por um planejamento criativo, pois busca mobilizar emoções e trazer sensações aos detalhes. Entretanto, optou-se pelo uso como sinônimo nesta pesquisa para auxiliar na compreensão da narrativa transmídia e pela familiaridade que o termo “história” indica.

comportamentos dos usuários para que estes possam participar da “Cultura do Conhecimento” (Jenkins, 2019, l. 772). Isso porque a comunicação recebida através das redes digitais pode favorecer com o que Eli Pariser (2012) denomina “bolhas”. Para o autor, os dados disponibilizados pelos usuários aos conglomerados digitais como Facebook, Google, Amazon (citados pelo autor), entre outros, são responsáveis por colocar os usuários em bolhas invisíveis. Com isso, faz com que os consumidores das redes interativas tenham acesso aos conteúdos informativos de maneira selecionada pelos interesses empresariais. Além disso, acrescenta-se ainda os interesses políticos e de autores sociais que buscam o poder através da manipulação das narrativas que são caras à sociedade.

Neste cenário em que convergência estimula a aparição de múltiplas narrativas (informativas e desinformativas), que circulam de forma transmediática, é preciso pensar no modo em como a educação escolar pode atuar na promoção de novas formas de literacias aos jovens. Tendo isso, a hipótese que norteia esta pesquisa é que o ensino público no Brasil não oferece uma educação escolar que integra os desdobramentos da convergência entre os média, impossibilitando que os estudantes desenvolvam habilidades que possam contribuir com a leitura das narrativas transmediáticas das informações nos média. Desta problemática, busca-se identificar através do inquérito, os hábitos e práticas de consumo, além das concepções dos estudantes, em relação aos média de comunicação e informação. A adoção do inquérito como ferramenta de pesquisa justifica-se no esforço de traçar o perfil dos estudantes de escolas públicas em relação aos média, tecnologias e informação.

Contudo, quando falamos em convergência, não nos referimos apenas ao uso de computadores dentro da sala de aula, mas, também, de uma prática pedagógica que possa abranger os média nas discussões e nos processos da educativos. A partir do estreitamento das relações entre a educação com os média, ou seja, das práticas pedagógicas com as narrativas dos média, abrem-se possibilidades para que os estudantes possam adquirir habilidades de leitura transmediática. Nesta perspectiva, cruzar os caminhos de leituras transmediáticas das informações com a educação escolar é uma tentativa de lançar uma discussão em torno das informações que circulam de forma fragmentadas e que exigem novos comportamentos de leituras por parte do público – neste caso, tendo o público jovem. Desde que a narrativa transmídia passou a ser concebida como um modelo de negócio (Scolari, 2013), profissionais e pesquisadores da comunicação nas áreas da Publicidade e Propaganda, Marketing, Jornalismo e no entretenimento passaram a buscar recursos e caminhos para integrar o uso da narrativa transmídia nas

empresas, produtos e serviços. Entretanto, ficou apenas a cargo da academia a busca por desenvolver formas de literacias para que o público pudesse compreender de forma crítica os diferentes aspectos que se inserem nos mídia e a forma como estes passaram a operar seus conteúdos. Possivelmente um movimento que a educação escolar não conseguiu acompanhar como um todo.

No Brasil, ao passo que estudiosos sobre educomunicação<sup>2</sup> buscam formas de aliar educação e comunicação para os mídia, a aplicação prática das teorias se distanciam dos muros das escolas públicas. Numa sociedade em que o conhecimento tem sido mediatizado, em especial no período pandêmico pela COVID-19, é latente a necessidade de desenvolver mecanismos que possam assegurar posicionamentos assertivos quanto ao consumo de informações confiáveis. A integração da escola com o jornalismo pode auxiliar neste processo de educação civicomediática. Desde as manifestações de 2013, o Brasil vem assistindo a uma onda de desinformações que se agravou com a pandemia pela COVID-19. Diante dos acontecimentos que indicam o protagonismo que as plataformas digitais têm assumido nos discursos políticos no Brasil, a população jovem por vezes é negligenciada. Seja pela falta de estímulos à educação para os mídia, seja pela falta de estrutura que os coloca em situação de vulnerabilidade informativa, por não terem tecnologias suficientes para que possam desfrutar da cultura da convergência e do conhecimento (Jenkins, 2019).

Segundo aponta o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2019, 42,9% da população brasileira era constituída por jovens abaixo dos trinta anos. Os jovens brasileiros, que em sua grande maioria estão conectados com seus *smartphones* nas mãos, por vezes ganham pouca visibilidade nos espaços que debatem a importância da narrativa jornalística e do jornalismo. Mas há também os grupos desassistidos, como os estudantes de escolas públicas no interior do país, dos quais o uso dos recursos tecnológicos, de qualquer natureza, não contempla a sua realidade. Contudo, o que ambos têm em comum é a ausência de literacias que possam contribuir com a educação crítica sobre o papel da informação jornalística e os riscos acarretados pela desinformação.

---

<sup>2</sup> Educomunicação, assim como prevê a Literacia para o Media, busca integrar práticas comunicacionais educativas no ambiente escolar, utilizando elementos dos mídia para desenvolver métodos de ensino prático e teórico sobre a comunicação e sua aplicação social. É também um campo de convergência entre educação e ciências humanas. Disponível em: <https://educador.brasilecola.uol.com.br/estrategias-ensino/educunicacao.htm>

Justifica-se a pertinência deste estudo em virtude da crescente onda de desinformações que, na contemporaneidade, circula no Brasil e no mundo, impulsionada sobretudo pela convergência entre os média e pela falta de literacias mediáticas para leituras transmediáticas. Neste sentido, acredita-se que os estudantes podem se beneficiar do estreitamento da educação com os média, através da experimentação de novas propostas de leituras que contemplem as narrativas produzidas pelos média de comunicação e informação.

# CAPÍTULO I

## 1. AMBIENTAÇÃO TEÓRICA-METODOLÓGICA: UM CONVITE À LEITURA DA PESQUISA

Escrever uma dissertação é caminho impreciso, por mais que se tenha um roteiro inicial. Nesta construção não linear do conhecimento científico, no qual os caminhos podem convergir, divergir e oferecer múltiplas possibilidades em seu desfecho, e, ainda assim, apresentar uma certa conclusão dinâmica e mutável, incide o desafio de conceber a pesquisa de mestrado.

Consolidar em palavras observações pessoais e produzir uma pesquisa que possa contribuir de algum modo com a construção do conhecimento – quiçá, coletivo, como descreve Pierre Lévy (1994) - em uma sociedade cada vez mais dinâmica, além do desafio, traz também o receio de não desenvolver um estudo significativamente digno de ser lido.

Há algum tempo ouvi dizer que, para que o leitor tenha acesso a todo conteúdo de um manuscrito, ou seja, para que ele leia até o final um estudo, é preciso antes que este seja capturado pela curiosidade; instigado à leitura através de um convite sutilmente atraente dentro da introdução. Mas, para que isso aconteça, espera-se que a introdução seja direta e atrativa, acrescida de um grau considerado satisfatório de objetividade, repudiando devaneios e priorizando a assertividade quanto ao tema proposto.

O interesse em pesquisar sobre o jornalismo transmédia e a maneira como os jovens nas escolas públicas do Brasil consomem informação, identificam a desinformação e compreendem os média, justifica-se pela bagagem do investigador. Por este motivo, torna-se difícil dissociar, por mais que se deseje, os interesses do pesquisador para a realização deste trabalho monoautorial que se discorreu parte em Portugal e parte no Brasil. Para Flick (2005, p. 49),

As questões da investigação não surgem do nada: em muitos casos têm origem naquilo que o investigador é, na sua história pessoal ou no seu contexto social. A decisão acerca de uma questão específica depende grandemente dos interesses práticos do investigador e do seu envolvimento num ou noutro contexto histórico e social. Tanto o contexto quotidiano como o científico desempenham aqui o seu papel.

É por isso também que encorajei-me a escrever esta nota introdutória em forma de convite, fazendo uso do pronome pessoal na primeira pessoa do singular (que também pode se manifestar no decorrer da pesquisa), ao invés de redigir um preâmbulo na terceira pessoa, ostentando uma visão distante do pesquisador que apenas observou e não vivenciou a realidade



de sua pesquisa. Afinal, seria injusto negar o currículo de mais de uma década de estudos em escolas públicas brasileiras.

No entanto, esta coragem surgiu após ter lido “*Anotações sobre a escrita*”, concebido por Alfredo Veiga-Neto (2014). Em seu estudo, o investigador insiste que o emprego da primeira pessoa do singular é compatível com trabalhos monoautorais, contestando a busca de uma certa “vontade de neutralidade” presente nas Ciências Humanas e na Educação, que comumente se inspiram na pretendida neutralidade das Ciências Biológicas. Para o autor, esta visão está ancorada numa visão positivista que acredita ser possível o sujeito não se contaminar ou ser contaminado pelo seu objeto de pesquisa. Como também pelo mito de ser mais saudável para o desenvolvimento científico uma certa distância entre o pesquisador e o objeto a ser estudado. Assim, argumenta que “o mito da neutralidade revela o desconhecimento dos avanços feitos pela virada linguística, nas últimas cinco ou seis décadas (Veiga-Neto, 2014, p. 74).”

Tendo isso, como este trabalho não pretende alcançar uma certa neutralidade como nas Ciências Biológicas e, sobretudo, porque seria também incompatível com a metodologia utilizada, consenti com as considerações de Veiga-Neto. Todavia, reforço que a escolha pelo uso da primeira pessoa não desconsidera, em hipótese alguma, a ajuda dos entrevistados neste processo de pesquisa, bem como o apoio, acompanhamento e incentivo incondicional do orientador.

Por fim, penso ser relevante registrar que a aplicação dos inquéritos presente nesta pesquisa foi realizada na semana anterior ao primeiro *lockdown* imposta pelo governo brasileiro para conter o avanço da pandemia pela COVID-19. Portanto, este recorte de Brasil pandêmico - e observada a quantidade de desinformações que circularam nos média neste período – evidencia a necessidade de pensarmos a relação multidisciplinar e de convergência que deve existir entre o jornalismo e a educação escolar.

### **1.1. Caminhos Metodológicos Percorridos**

Esta investigação pretende buscar respostas que versam sobre a atuação da educação escolar, no ensino público brasileiro, na promoção de novas formas de literacias mediáticas aos jovens, através da integração dos média na dinâmica de ensino. Para tanto, compreende-se a

---

<sup>3</sup> Estudo completo está disponível em: [http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs\\_ebooks/article/view/1939](http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/article/view/1939)

escola como espaço para a construção do saber que também participa da realidade dos média em tempos de convergência. O estudo faz uso da abordagem quantitativa, através da aplicação de inquéritos em duas escolas públicas brasileiras. Ao abordarmos a educação escolar com os média, ponderamos que as percepções e comportamentos do público-alvo em relação aos média de informação e comunicação também parte (mas não exclusivamente) da atuação da educação, quanto ao estímulo de diferentes propostas de ensino que possam integrar conteúdos mediáticos. Segundo Malhotra (2006, p. 154), este método de pesquisa permite quantificar os dados colhidos através de instrumentos estruturados e cuja análise seja apresentada de forma estatística.

Para Zanella (2013), o método quantitativo preocupa-se com a representação numérica, objetivando a medição mais objetiva e quantitativa dos resultados de uma determinada parcela da população. A autora argumenta que a adoção deste método de pesquisa justifica-se na intenção de descobrir quanto uma parcela da população compartilha características em comum. “A pesquisa quantitativa é apropriada para medir tanto opiniões atitudes e preferências como comportamentos” (Zanella, 2013, p. 95). A aplicação dos inquéritos parte da construção de questões semiestruturadas e figura como instrumento para a coleta dos dados.

A amostra desta pesquisa é composta por duzentos adolescentes, todos estudantes dos últimos anos do ensino médio, provenientes de duas escolas públicas em São José dos Campos, no interior de São Paulo, Brasil. Considerando a realidade do ensino público nas escolas brasileiras, principalmente nas regiões distantes dos grandes centros e capitais - no qual resulta na falta de estrutura informática para aplicação de inquéritos *online* - optou-se pela aplicação de questionário impresso, pela democraticidade que o papel impresso oferece neste cenário. Os dados recolhidos e aqui apresentados e analisados resultam do conjunto de 34 questões optativas e discursivas.

O inquérito divide-se em três momentos:

- A primeira parte compreende à integração da tecnologia no dia a dia dos alunos e seus hábitos de utilização dos recursos tecnológicos dentro e fora do ambiente escolar;
- A segunda parte busca identificar os hábitos quanto ao consumo de notícias e informações do jornalismo nos média em geral (tradicionais e tecnológicos);

- Por último, a terceira parte pretende avaliar de forma prática como os jovens se relacionam com a informação, desinformação e identificam as desinformações que estiveram presentes nos média brasileiro nos últimos anos.

Acredita-se ser relevante apontar o uso bibliográfico como aporte metodológico durante a investigação. A ambientação bibliográfica foi de extrema importância na tentativa de relacionar os conceitos abordados nesta pesquisa que compreende o jornalismo transmídia, literacia para os média e a desinformação. De acordo Stumpf (2010), a pesquisa bibliográfica assume duas dimensões importantes no processo de pesquisa. A primeira referente ao planejamento inicial, fase inicial de qualquer projeto de pesquisa, que parte da identificação, localização e obtenção de referências que fundamentam o trabalho. “[...] Onde é apresentada toda a literatura que o aluno examinou, de forma a evidenciar o entendimento do pensamento dos autores, acrescido de suas próprias ideias e opiniões” (Stumpf, 2010, p. 51).

O segundo passo importante na pesquisa bibliográfica, segundo a autora, concentra-se na parte prática e torna-se imprescindível na elaboração do manuscrito. Esta compreende ao, “[...] conjunto de procedimentos que visa identificar informações bibliográficas, selecionar os documentos pertinentes ao tema estudado e proceder à respectiva anotação ou fichamento das referências e dos dados dos documentos para que sejam posteriormente utilizados na redação de um trabalho acadêmico” (Stumpf, 2010, p. 51).

## **1.2. Universo da amostragem: motivações e justificativas para escolha das escolas**

Este estudo é constituído pela amostra de estudantes de escolas públicas brasileiras, mais precisamente em São José dos Campos, no interior de São Paulo, matriculadas no ano letivo de 2020, do 1º ao 3º ano do ensino médio. A adesão pela amostra formada por estudantes dos últimos anos do ensino médio de escolas públicas deu-se a partir do interesse em observar a percepção dos jovens, prestes a ingressar no ensino superior, em relação aos média de informação e comunicação. Além disso, este recorte de idade tem considerável importância ao abordarmos o domínio de informações pelos jovens e a sua participação nas pautas sociais. No Brasil, aos 16

anos, os jovens podem dar início ao processo de escolha de representantes políticos, tendo participações que determinam diretamente nos resultados das eleições<sup>4</sup>.

Acredita-se que a atuação da educação escolar na promoção de novas formas de literacias pode estar interligada às percepções que os jovens detêm em relação aos mídia - informação e comunicação. Reconhecemos, contudo, que a educação escolar não atua como uma força isolada na promoção de literacias para os mídia aos estudantes, que é um conhecimento transversal (Lopes, 2011) e, portanto, atravessa diferentes áreas e espaços frequentados pelos estudantes. Portanto, para deixar esclarecido, ao abordamos a educação escolar como uma das formas possíveis para a promoção de literacias para os mídia aos jovens, não eximimos as responsabilidades que recaem sobre o jornalismo e sobre os profissionais de informação. Considera-se que a escola é o ambiente que faz parte da rotina dos jovens, tendo uma função importante no estímulo de práticas pedagógicas que contemplem os mídia e as necessidades que surgem em decorrência do fenômeno da convergência mediática.

Um outro ponto relevante neste processo de pesquisa foi a mudança de conduta para a aplicação do questionário nas escolas. Inicialmente a proposta era aplicar inquéritos em escolas públicas e privadas no interior de São Paulo, a fim de avaliar como os jovens em diferentes contextos compreendem o jornalismo, a desinformação e os mídia. Entretanto, como grande parte das desinformações - ou *fake news* - ocorrem em torno das narrativas que integram à política, houve resistências por parte das escolas particulares. Falar sobre desinformação virou um campo minado num país que vem convivendo com desinformações massivas nas redes, desde as últimas eleições presidenciais e mais assiduamente durante a pandemia pela COVID-19.

Mesmo sob posse de documentos da Secretaria de Educação do Estado de São Paulo autorizando a aplicação da pesquisa, os responsáveis pelas escolas particulares se posicionaram contra a aplicação da pesquisa por esta abordar a desinformação. Afinal, como foi justificado pelo coordenador de uma das escolas: “Este é um momento delicado para falar sobre *fake news* no Brasil.” Temendo em como os pais reagiriam à aplicação desta pesquisa, as escolas particulares se recusaram a participar. Diante da resistência encontrada, cabe-nos explicitar, antes de mais nada, que a necessidade de falarmos sobre desinformação é necessário, pois:

---

<sup>4</sup> Disponível em: <https://agenciabrasil.abc.com.br/politica/noticia/2016-09/voto-jovem-representa-27-do-eleitorado-e-pode-decidir-eleicao-diz-tst>

- a) Para preparar melhores cidadãos exige a aquisição de novas competências, em especial numa era em que o excesso e a saturação de informação não significam melhor conhecimento. Uma pessoa mais bem informada é capaz de identificar os elementos essenciais para interpretar a realidade, detetar as omissões e ausências na informação divulgada, ter conhecimento das estratégias de persuasão ou tê-las presentes, conhecer os mecanismos da produção informativa e, acima de tudo, poder criticamente aceitar ou rejeitar o que lhe é transmitido (Silva, 2019, p. 07);
- b) Estamos numa sociedade em que o conhecimento é mediatizado pelos meios de comunicação social e é crescente a nossa dependência desses meios para determinada percepção do mundo. Um indivíduo desinformado é incapaz de tomar decisões adequadas nas várias esferas da sua vida. (Fontcuberta, 1999, p. 39)

Por conta disso, as escolas contempladas neste trabalho são apenas escolas públicas. Ponderamos que esta mudança de conduta não colocaria em risco a validade desta pesquisa, justamente porque a análise dos dados em contexto de ensino público brasileiro possui material suficiente para refletir sobre a proposta deste trabalho. Sendo assim, as escolas públicas que integram este estudo estão geograficamente distantes, mas na mesma região: zona Norte de São José dos Campos, no interior de São Paulo.

### 1.3. Características das escolas

A **Escola Estadual Professora Dirce Elias** está localizada no bairro dos Freitas. A unidade compreende-se como uma escola rural com turmas do ensino fundamental ao último ano do ensino médio, como é conhecido no Brasil, ou do ensino básico ao secundário, como é nomeado em Portugal. A unidade está situada num bairro com poucos recursos, sendo necessário o deslocamento ao centro da cidade para ter acesso a suporte de saúde, mercados, universidades, indústrias, etc. Recentemente passou a ter uma biblioteca com livros ainda não catalogados e não possui computadores. Há dois anos, no mesmo ano em que conseguiram criar uma sala de informática, a unidade foi invadida e levaram os únicos dez computadores que eram oferecidos aos alunos.

A segunda unidade escolar, a **Escola Estadual Ilza Irma Moeller Coppio**, está localizada no bairro Vila Sinhá, próximo à região central da cidade. Desde 2013 a unidade passou a trabalhar de forma integral, seguindo um novo modelo adotado pela Secretaria de Educação do Estado de

São Paulo<sup>5</sup>. Diferente do modelo tradicional de ensino público no Brasil, o ensino integral possibilita que os alunos do ensino médio tenham uma jornada de nove horas e meia dentro da escola, com professores preceptores que acompanham o desenvolvimento dos estudantes durante o ano, além de planos de aulas que contemplam atividades práticas e projetos estruturados na disciplina eletiva. A unidade conta com salas temáticas de português, história, arte e geografia, além de sala de leitura e informática. A escola oferece aos alunos sete computadores portáteis e dez computadores de mesa, sendo preciso dividir os equipamentos em dupla.

#### 1.4. Plano de Educação das escolas públicas do Estado de São Paulo

Em 2018, a Secretaria da Educação do Governo do Estado de São Paulo anunciou a implementação do Plano Inova Educação<sup>6</sup> a partir do ano seguinte. O projeto prometia a reformulação da grade do ensino público nas escolas brasileiras, possibilitando aos estudantes do 6º ao 9º ano do Ensino Fundamental e todos os estudantes do Ensino Médio, do 1º ao 3º ano, aulas que buscassem “promover o desenvolvimento intelectual, emocional, social e cultural dos estudantes”. Para tanto, o projeto incluiria a disciplina de “Tecnologia e Inovação” com uma das propostas pedagógicas nas unidades de ensino público.

A proposta do ensino de Tecnologia e Inovação foi centrada em três vertentes, respectivamente: “Pensamento Computacional”, a ser desenvolvido de forma prática e operacional, capacitando os alunos a construir algoritmos, programar sensores e robôs. Seguindo do “Letramento Digital”, responsável por ensinar o aluno a criar uma rádio digital e desenvolver campanhas em redes sociais e, por último, o projeto pretende abarcar o uso da “Tecnologia Digital da Informação e Comunicação (TDIC)”, com o intuito de estimular a participação das mulheres nas Ciências, promover campanha contra as *fake news*, entre outros.

Reconhecendo as implicações quanto ao uso das tecnologias na maioria das escolas públicas, o Plano Inova Educação indica que o sucesso na grade de ensino das Tecnologia vai depender de quatro fatores. (1) o primeiro corresponde ao nível em que a tecnologia aparece como proposta pedagógica nas escolas; (2) em segundo lugar, dos recursos tecnológicos de cada

---

<sup>5</sup> Disponível em: <https://www.educacao.sp.gov.br/noticia/imprensa/educacao-amplia-novo-modelo-de-tempo-integral/> - acesso em 30 de março de 2020.

<sup>6</sup> O Plano Inova Educação está disponível através do endereço: [https://inova.educacao.sp.gov.br/wp-content/uploads/sites/2/2019/05/PPT-TECNOLOGIA\\_hotsite.pdf](https://inova.educacao.sp.gov.br/wp-content/uploads/sites/2/2019/05/PPT-TECNOLOGIA_hotsite.pdf)

unidade, qual faz uso de redes, aplicativos, softwares e recursos digitais de aprendizagem; (3) em terceiro lugar vai depender do domínio e familiaridade de cada professor quanto ao uso das tecnologias e, por último, (4) a infraestrutura será determinante para o bom desempenho no ensino, quais escolas fornece aos alunos, computadores, smartphones, tablets, internet, entre outros.

Tendo em conta as propostas desenvolvidas no Plano Inova de Educação, observa-se o esforço para a construção de uma didática convergente, do qual pode se valer o ensino transmídia. Entretanto, durante as visitas nas escolas, pode-se observar algumas similaridades em relação a cada uma delas. Primeiramente, ambas não oferecem conexão aberta à internet. A escola Dirce Elias não tem rede *Wi-fi* para oferecer aos alunos e a escola Ilza Irma Moeller Cóppio mantém a rede *Wi-fi* fechada aos estudantes.

A escola Dirce Elias não dispõe de computadores e salas de informática para oferecer aos alunos. Já a escola Ilza Irma Moeller Cóppio oferece equipamentos insuficientes para contemplar todos os alunos de uma turma, sendo necessário o compartilhamento em dupla dos dez computadores de mesa e sete portáteis. Levando em conta a situação estrutural das escolas, nota-se que a limitação quanto ao uso dos recursos tecnológicos exerce uma certa exclusão digital nas unidades. Isso implica a falta de ferramentas que possam auxiliar nos processos da convergência entre os mídia e a educação.

Segundo Jenkins (2019, l. 772), quanto mais formas de acesso às tecnologias mediáticas são oferecidas, mais habilidades são adquiridas para que cada indivíduo possa participar da cultura do conhecimento. O pesquisador adverte ainda que a exclusão digital causa preocupações, uma vez que esta promove uma “lacuna participativa” (ibid. l. 766) entre os que estão inseridos nos espectros da convergência e os que não podem participar das narrativas que circulam nas estruturas das convergências.

### **1.5. Imersão à pesquisa de campo**

Seguindo a proposta do projeto de pesquisa deste trabalho, após as visitas de campo nas escolas públicas, realizou-se uma análise para a interpretação dos dados colhidos de acordo com os objetivos previstos. Ressaltando que a proposta do estudo foi investigar como as escolas públicas do Brasil, considerando o contexto da convergência entre os mídia, atuam na promoção

de novas formas de literacias para os média aos jovens – dados que podem refletir nas percepções dos estudantes em relação aos média, sobre a informação e a desinformação.

Por se tratar de um inquérito extenso, os estudantes não tiveram um tempo estipulado para concluir a participação. Em acordo prévio com os diretores das unidades de ensino foi dedicado à aplicação do estudo o tempo necessário para que todos os participantes pudessem responder com tranquilidade todas as questões.

Assim como exposto no tópico “Universo da Amostragem: motivações e justificativas para escolha das escolas”, inicialmente a pesquisa seria desenvolvida de forma comparada, entre escolas públicas e privadas. Entretanto, como pontuado, as escolas privadas optaram por não fazer parte da pesquisa, uma vez que esta aborda um tema sensível que é a desinformação. Neste caso, consideramos relevante salientar através de Meneses (1999, p. 180) que a neutralidade por parte das escolas quanto aos assuntos que são caros à sociedade é por si uma diretriz ideológica.

Num primeiro momento, a análise dos dados busca estabelecer a relação da escola com os média de informação, comunicação e com as tecnologias. Em seguida, pretende-se identificar o envolvimento dos jovens com os média de comunicação e com os dispositivos tecnológicos. Por último, tenciona-se compreender a percepção dos adolescentes quanto ao jornalismo, com as informações nos média de informações e como estes identificam a desinformação.

## **1.6. Aspectos éticos da pesquisa**

Os princípios éticos devem prevalecer nas produções científicas. As pesquisas que estudam a ética aplicada às pesquisas convidam o pesquisador a examinar os métodos adotados durante o desenvolvimento da pesquisa (Guilhrem & Diniz, 2008). Ao abordarmos à investigação com sujeitos humanos, Bogdan e Biken (2013, p. 75) advertem que o consentimento informado e a proteção dos sujeitos quanto a qualquer tipo de dano deve prevalecer. Para isso, os autores recomendam duas situações relevantes que podem assegurar os princípios éticos: (a) os sujeitos aderem voluntariamente aos projetos de investigação, cientes da natureza do estudo e dos perigos e obrigações nele envolvidos, (b) os sujeitos não são expostos a riscos superiores ou ganhos que possam advir.

Tendo estas prerrogativas, este estudo assegurou que os adolescentes participantes tivessem suas identidades preservadas. Antes da aplicação do inquérito, todos os estudantes



foram informados na presença dos professores e direção das escolas sobre a proposta da pesquisa, bem como sobre a forma com que os dados seriam avaliados. Prezando o anonimato, no cabeçalho dos inquéritos consta apenas o campo para preenchimento das iniciais dos nomes dos estudantes, mas que poderia ser substituído apenas por uma letra. Os estudantes também foram orientados a não escrever os nomes por extenso de modo que o anonimato fosse respeitado. Consideramos que o campo “idade” seria relevante para a pesquisa, para a leitura mais precisa dos dados colhidos nas distintas faixas etárias. Por isso, ponderamos que o uso desta informação pessoal não colocaria em risco a segurança dos dados pessoais dos envolvidos.

A aplicação do inquérito com a garantia de anonimato foi consentida com a autorização emitida pela Secretaria de Educação do Estado de São Paulo, em São José dos Campos, de modo que não utilizado termo de consentimento para a coleta dos dados em cada um dos participantes.

### **1.7. Procedimentos para a recolha dos dados**

Os dados foram colhidos na mesma semana, entre os dias 02 e 07 de março de 2020. Os respectivos Diretores de cada unidade escolar foram contactados previamente via e-mail, em outubro de 2019. Antes da aplicação dos inquéritos, foram realizadas visitas nas escolas para conhecer os responsáveis, a dinâmica e a estrutura das duas unidades.

O inquérito foi aplicado nas escolas após o consentimento com parecer ético concedido pela Comissão de Ética para a Investigação em Ciências Sociais e Humanas (CEICSH), em concordância com o Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS), da Universidade do Minho, juntamente com a autorização da Delegacia de Ensino de São José dos Campos, representante da Secretaria de Educação do Estado de São Paulo.

### **1.8. Tratamento dos dados**

A análise dos dados colhidos em inquéritos de forma impressa, em mais de duas mil páginas, foram tabulados individualmente pelo pesquisador em planilhas do software Microsoft Excel, o qual otimizou o cruzamento dos dados, facilitando sua contagem, a fim de obter dados estatísticos, comportamentais e de percepções do público-alvo. Quanto a elaboração dos gráficos apresentados na pesquisa, os mesmos foram idealizados também a partir do uso software descrito

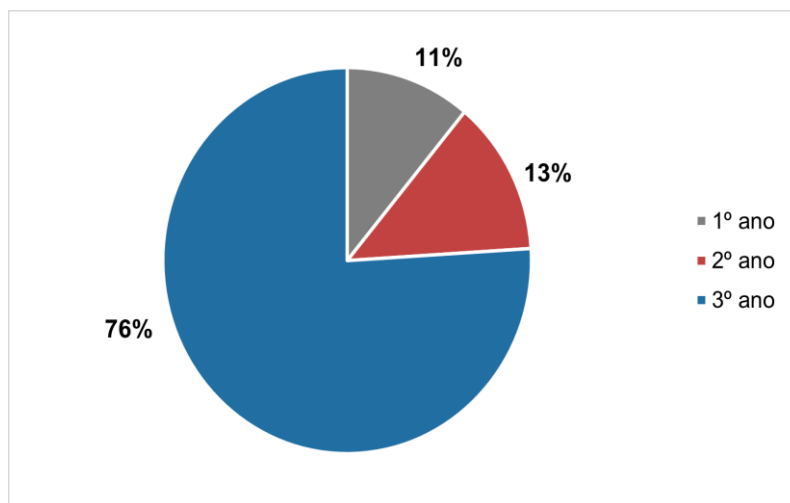
acima. Os dados foram interpretados de forma descritiva através de variáveis dicotômicas (“sim” e “não”) e ordinais, com o uso da escala de Likert.

As respostas dissertativas, por sua vez, pouco contribuíram como elemento de análise, devido ao fato de que nem todos responderam e, além disso, a maior parte das participações foram consideradas inconsistentes ou insuficientes. Apesar disso, no processo de tabulação das participações, mesmo as respostas das questões discursivas consideradas insuficientes para servirem de objeto de discussão foram registradas em planilhas do Excel. Como já mencionado, a opção pela adoção do inquérito impresso deu-se pelo fato de as escolas públicas participantes não oferecerem estrutura informática suficiente para a aplicação digital da pesquisa.

### **1.9. Perfil da amostra**

A amostra utilizada nesta pesquisa é composta por estudantes do ensino médio, com idades compreendidas entre 15 e 18 anos, embora alguns estudantes tenham idade superior. Os alunos estavam matriculados no ano letivo de 2020, do 1º ao 3º ano do ensino médio, em duas unidades de educação pública em São José dos Campos, no interior de São Paulo. Para a composição da amostra foi considerado o número médio de vinte estudantes por turma, sendo 100 estudantes de cada escola.

Sublinha-se que os estudantes foram convidados a participar da pesquisa, estando em pleno direito de não fazer parte do estudo. A pesquisa faz uso da amostragem não-probabilística e, embora haja controvérsias em pesquisas, a adoção do método justifica-se pelo curto período para aplicação do inquérito no Brasil e o baixo investimento para aplicação das pesquisas (Guimarães, 2012). Nesta seleção foram priorizadas escolas estaduais nas áreas mais afastadas do centro da cidade, sendo uma considerada rural e a outra urbana.



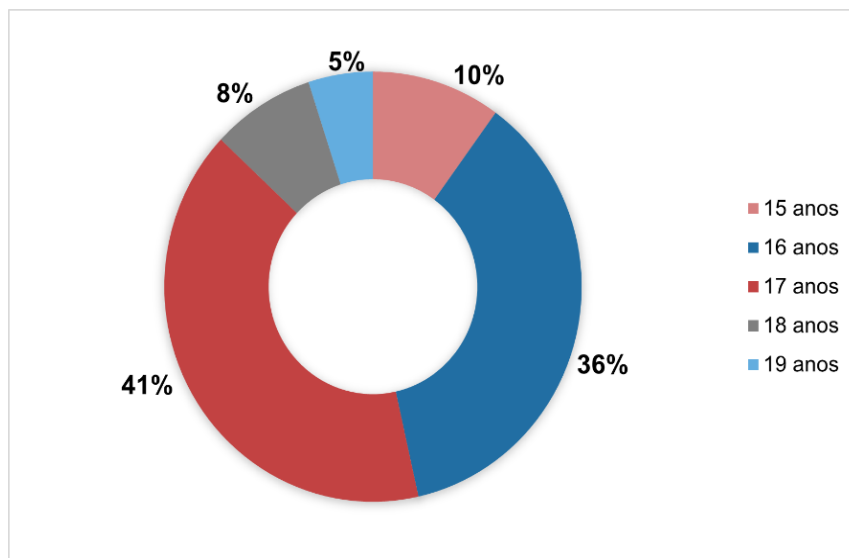
**Gráfico 01:** participação por ano escolar  
Fonte: elaborado pelo autor (2021)

Como observado no gráfico 01, os alunos do 3º ano escolar correspondem a 76% dos inquiridos, isso justifica-se sobretudo pelo fato de grande parte das turmas da escola Ilza Irma Moeller Coppio serem constituídas por estudantes do terceiro ano. Na altura, a baixa frequência dos alunos às vésperas do *lockdown* pode ter exercido influência na frequência dos estudantes – o que, inevitavelmente, impactou nos dados da pesquisa. Quanto ao recorte geográfico, apesar de não refletir a realidade do ensino escolar em São José dos Campos, proporciona uma visão centralizada no ensino público na zona Norte da Cidade. Sendo assim, pode-se ainda ser ampliado para outras regiões. Após a escolha das unidades escolares, ambas foram visitadas com antecedência para que pudéssemos avaliar, experienciar e observar a rotina das escolas, tal como a estrutura de cada uma delas.

A escolha pelas turmas do último ano do ensino médio deu-se pelo interesse de verificar como os estudantes prestes a ingressar na Universidade e a votar nas eleições nacionais, se relacionam com os média. Após a escolha das escolas, a aplicação dos inquéritos teve a data estabelecida pela Diretoria de cada unidade escolar, na primeira semana de março de 2020, sendo às vésperas do lockdown pela COVID-19. Os inquéritos tiveram 100% de participações, com todas as perguntas de múltiplas escolhas respondidas, sendo que as questões discursivas tiveram pouco empenho com respostas insuficientes para serem refletidas, além de muitas outras sem respostas.

Quanto ao perfil dos participantes, a primeira parte do inquérito identifica que 54% dos participantes correspondem ao sexo feminino, sendo os demais, 46%, do sexo masculino. Quanto

a idade dos inquiridos, como pontuado no gráfico abaixo, variam entre 15 e 19 anos, sendo a maioria composta por alunos de 17 anos (41%), seguido dos estudantes de 16 anos (36%).



**Gráfico 02:** idade dos participantes  
Fonte: elaborado pelo autor (2021)

Neste caso, a idade é indicativo para avaliarmos o comportamento dos adolescentes considerados nativos digitais sob a ótica de Prensky (2001). Ou seja, todos nasceram após a democratização das tecnologias e das redes. E apesar de terem a experiência de uma realidade pautada pela convergência entre os média, talvez não saibam dos caminhos para a construção do conhecimento crítico do século passado, quando o computador não era compactado para ser carregado no bolso, como ocorre com os *smartphones*. Sendo necessário um esforço individual na busca por respostas que integram e solidificam o conhecimento e a informação.

## CAPÍTULO II

## 2. CULTURA DA CONVERGÊNCIA ENQUANTO GÊNESE DA NARRATIVA TRANSMÉDIA NO JORNALISMO: CONCEITO, DEFINIÇÃO E IDENTIFICAÇÃO

### 2.1. Dimensões da Convergência: dos dispositivos tecnológicos às narrativas

Bem-vindo à cultura de convergência, onde as velhas e as novas mídias se colidem, onde a mídia corporativa e a mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis. (Jenkins, 2019, l.346)

Apesar do conceito de convergência não ser um processo transmídia, contribui para que possamos pensar na atuação do homem contemporâneo quanto ao consumo e participação das narrativas que os cercam. Isto porque existe atualmente uma tendência em contar histórias que se desenrolam dentro de um ecossistema digital (Scolari, 2013). Este ecossistema é formado através da pluralidade de narrativas que transitam em múltiplos meios e mídia e que é explicada pela cultura da convergência.

O conhecimento sobre os processos que envolvem a convergência também possibilita-nos traçar um fio condutor sobre os caminhos evolutivos dos mídia, já que os avanços tecnológicos foram alterando sua tradicionalidade e redesenhando novas funcionalidades aos mídia do passado. Paralelamente, ao passo que os mídia foram evoluindo, a forma como passamos a nos relacionar com eles também foi alterada - mas o contrário desta afirmação também é verdadeiro. Ou seja, à medida que o ser humano mudou sua forma de consumir informação, obrigou os mídia a redesenharem suas funcionalidades.

Em primeiro lugar, é preciso deixar claro que a convergência é um processo e não uma forma de linguagem. E quando falamos em convergência dentro da narrativa transmídia, referimo-nos à ideia de junção ou integração dos mídia, meios e plataformas de comunicação para a construção de uma história. Neste sentido, o conceito de convergência é determinante para compreendermos a relação que existe entre os mídia tecnológicos e digitais contemporâneos com os mídia tradicionais. Scolari (2013); Mittermayer (2017); Jenkins (2019) e outros pesquisadores que abordam os processos de convergência compactuam com a ideia de que a convergência

estimula e propõe uma interconexão entre os média tradicionais, os média tecnológicos e as redes interativas – no qual encontram-se as redes sociais, sites, blogues, microblogues, entre outros.

Desde que o livro de Henry Jenkins foi traduzido no Brasil em 2008, pesquisadores das Ciências da Comunicação passaram a postular teorias que pudessem dar conta de compreender esta nova forma de construção das narrativas. A integração do prefixo “trans” nas narrativas que passaram a circular nos média rompeu com a tradicionalidade dos média do passado, despertou interesse de mercado e virou objeto de reflexão nas academias ao redor do mundo.

A partir da incorporação e assimilação deste prefixo, os média tradicionais passaram a enxergar esta nova exigência imposta inconscientemente por parte do público, mas que também se mostrou como um modelo rentável e promissor a ser seguido. Nesta nova configuração, em que a construção da narrativa jornalística é constituída pela fragmentação das informações e pela participação do público, configura-se também um novo caminho para a construção da crítica social e compreensão do mundo que nos cerca. Assim, cada média do jornalismo apresenta partes dos fatos que, juntos, podem contribuir com a compreensão da totalidade da realidade narrada.

Apesar do ar contemporâneo, a discussão sobre convergência dos média não é um assunto novo. Embora tenha ganhado maior visibilidade através dos estudos de Jenkins, existem pesquisas da década de 1990 que abordam esta temática. Sem muita profundidade, o pesquisador brasileiro Ricardo Anderáos (1995, apud Santaella, 1996, p. 14), pontuado nos estudos de Mittermayer (2017, l. 284), já concebia a convergência como um paradigma da comunicação para o século 21. Na descrição, Anderáos (1995) relata sua observação em relação a convergência, referida como um fenômeno sem contornos definidos para época:

Acredito que os paradigmas de comunicação que temos em mente não se adequam muito bem à descrição de um processo que está acontecendo em todo o mundo – atingindo televisão, os jornais, as revistas, estúdios de cinema de Hollywood, as empresas de informática, fenômeno que já se tornou corriqueiro denominarmos de “convergência”. Há um grande processo – que ainda não está muito claro para nós – através do qual todas as mídias, todos os meios de comunicação vão se misturando uns aos outros, se encavalando para gerar uma nova realidade de comunicação, uma nova realidade de pesquisa e entretenimento para o século 21.

Através desta passagem, identifica-se, portanto, que a princípio a noção de convergência estava direcionada ao desenvolvimento do mercado e aos média de comunicação. Ou seja, inicialmente a convergência era entendida como um processo tecnológico e mercadológico.

Compactuando com esta lógica, mas indo além, Henry Jenkins concebe que a convergência também representa uma evolução cultural. Desta forma, ao colocar a convergência como um fenômeno da cultura, o autor agrega a evolução da humanidade nos processos de convergência nos média de comunicação.

A convergência das mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica. A conversão altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento (Jenkins, 2019, l. 615).

Para deixar claro o conceito de Cultura da Convergência, acredito ser pertinente esclarecer primeiro o que é cultura e qual o seu papel social. Denys Cuhe (1999), em seu livro *A Noção de Cultura nas Ciências Sociais*, explica que a cultura consegue definir alguns comportamentos do homem através de práticas que foram naturalizadas.

Desta forma, para elucidar a naturalização que informação passou a indicar na vida do homem contemporâneo, podemos pensar nos homens pré-históricos. Historicamente o homem tinha a cultura de caçar para sobreviver e pouco se importava com o consumo informativo. Neste caso, a caça era um comportamento natural e cultural, sendo a ausência da informação parte da sua cultura. Atualmente, não precisamos caçar para nos alimentarmos, pois dentro da nossa prática natural temos outros meios (mercados, restaurantes, padarias, etc.) para este fim. Por outro lado, integramos em nossas práticas diárias o hábito de consumir e produzir informações, seja pelo *smartphone*, computador, televisão, rádio, jornais... ou seja, integramos a informação como parte da nossa cultura.

Para Chuhe (1999), “a cultura permite ao homem não somente adaptar-se a seu meio, mas também adaptar este meio ao próprio homem, a suas necessidades e projetos. Em suma, a cultura torna possível a transformação da natureza” (Chuce, 1999, p. 10). Portanto, a Cultura de Convergência não se limita apenas aos processos que permitem as evoluções tecnológicas, incidindo também no Homem e na sua natureza enquanto indivíduo. Em decorrência das convergências que atingem as sociedades mediatizadas e ciberconectadas, não é um equívoco



considerar que a convergência é o principal caminho para a interpretação e identificação das narrativas informativas e desinformativas.

Ao encontro das teorias de Jenkins, Alex Primo (2010) argumenta de forma mais crítica sobre os processos de convergência nos média. Para o autor, como a indústria tecnológica liderou o debate sobre a combinação de múltiplas funções dentro de um mesmo dispositivo tecnológico, a exemplo dos *smartphones* e TV's digitais, a discussão sobre a convergência incorporou aspectos mais tecnicista e menos humanísticos.

De fato, a cultura da convergência tem demandado que a mídia massiva tradicional tenha que se reinventar. Por outro lado, essas pressões vêm de um público acostumado a interagir ativamente, intervir no conteúdo e conversar com seus pares na rede. Além disso, cria colaborativamente, distribui informações e se engaja em movimentos coletivos. A rigor, a organização da ação em rede e a produção cooperada não é invenção da internet. Contudo, é no contexto da cibercultura que tamanha movimentação ganha fôlego e força (Primo, 2010, p. 24).

Sendo assim, podemos conceber que a convergência não ocorre apenas nos média e nos aparatos tecnológicos, mas também é um processo que se desenvolve no pensamento e no comportamento do homem contemporâneo. Nós não nos limitamos a consumir informações apenas por um único meio porque a comunicação neste século é ilimitada. Nesta nova era em que a informação é fonte de conhecimento, mas também de poder, nós prezamos pela velocidade, pelo dinamismo interativo e pela possibilidade de participar e produzir informações.

Em linhas gerais, Jenkins (2019) refere à convergência como sendo um processo que “consegue definir as transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais” experienciada nestes tempos. Segundo o autor, por intermédio da convergência os conteúdos são distribuídos em fluxos em múltiplas plataformas mediáticas, num sistema que envolve a cooperação de múltiplos mercados de média e onde é possível ao consumidor migrar entre os média em busca de experiências de entretenimento (Jenkins, p. 346), mas também na busca por informações.

Thiago Mittermayer (2017), em sua dissertação de mestrado, aponta algumas denominações que o processo de convergência nos média pode indicar, e, assim, amplia nossa percepção sobre o tema. Para o autor, “a explosão das redes, dos meios digitais e o processo de convergência tecnológica – em que o computador suga os outros meios produtores de sentido

para ir tornando-se as mídias das mídias – recebeu nomes de hibridismo midiático, hibridismo digital e hibridização midiática” (Mittermayer, 2017, l. 1928). Além destas designações, outros termos costumam surgir na literatura como sinônimo de convergência dos média, entre eles: inter-relação ou cruzamentos entre os média (Mcluhan, 1995).

Para os pesquisadores sobre o jornalismo e convergência, Ramón Salaverría e Samuel Negrodo (2008, p. 46), a convergência é um processo multidimensional que opera em quatro níveis: Convergência tecnológica, Convergência empresarial, Convergência profissional e Convergência Comunicativa.

Para compreender os processos que incidem sobre as narrativas transmídia no jornalismo, bem como os processos de transmediações narrativas que caracterizam as sociedades no último século, torna-se imprescindível recorrermos à história dos média.

A partir das observações dos autores, e com os exemplos a seguir, torna-se possível criar uma linha de raciocínio mais sólido para então adentrarmos ao universo das narrativas transmídia no jornalismo. Além do mais, a compreensão sobre os espectros que a convergência contempla, revela a necessidade de se pensar a convergência entre educação e os média de comunicação e informação; o jornalismo e o ambiente escolar ou entre as narrativas informativas e as narrativas pedagógicas.

## 2.2. Convergência tecnológica e empresarial

Para ilustrar os avanços que a convergência impõe as tecnologias do passado, frequentemente são utilizados dois aparelhos que estão presentes em nosso dia a dia: a televisão e o *smartphone*. Estes dois dispositivos que antes serviam apenas para uma finalidade, hoje acumulam múltiplas funções. A TV já não serve apenas como um sistema que transmite imagens em movimento acompanhado de som. Do mesmo modo que o telefone não se limita apenas a conversas, através de ligações tarifadas e em ambiente fixo.

No primeiro caso, desde que chegou no Brasil em 1950, os aparelhos televisivos têm sofrido mudanças que atravessam seu *design* e reordenam suas tecnologias. Dos primeiros aparelhos analógicos, que demandavam apenas um cabo de energia e uma antena para captar o sinal via satélite, a TV passou a fazer uso de sinal a cabo e, mais adiante, passou a usar a internet para sintonizar os canais digitais. Os aparelhos de LCD conectados à internet, e mais recentemente os

televisores ultrafinos com tecnologias *Full HD* funcionando por *wifi*, podem parecer que já foram concebidos assim para quem nasceu em meados dos anos 2000. Entretanto, a TV atual, no qual é possível navegar na internet e pesquisar canais sincronizando aos *smartphones*, representa a convergência da TV do passado com o computador e a interface digital da internet.

Hoje é possível assistir ao YouTube pela televisão, jogar jogos *online*, associar contas de serviços de *streaming* (Amazon, Netflix, Google Play, GloboPlay, Mubi, e inúmeros outros) para acompanhar filmes e séries. Ninguém está mais subordinado à imposição dos conteúdos da TV do passado, com suas programações generalistas e suas grelhas de horários pré-estabelecidos.

O mesmo aconteceu com o telefone celular, que hoje chamamos de *smartphone*. Num primeiro momento os telefones móveis desempenhavam apenas a função de efetuar chamadas e, em seguida, passaram a enviar mensagens de texto. Contudo, foi através da fusão do celular com o computador, e a inteligência e mobilidade da internet, que foi possível dar um salto nas possibilidades de se comunicar através de múltiplas formas e modos de linguagens.

Segundo Manuel Castells (2007, p. 11), a internet transformou a televisão. Esta afirmação tem como base a pesquisa desenvolvida pela *Annenberg Center for the Digital Future, da University of Southern California (USC)*, aplicada em adolescentes americanos há mais de uma década. Durante o estudo, os pesquisadores observaram que os adolescentes não entendiam sobre a possibilidade de assistir televisão em horários determinados por terceiros – como acontecia no passado. Para o pesquisador, apesar da televisão ainda desempenhar um papel importante quanto veículo de comunicação de massa, sua difusão e seu formato sofrem transformações à medida que o público muda a forma de consumir.

A invenção da internet não reconfigurou apenas os dispositivos tecnológicos, mas alterou a forma como os média passaram a produzir e distribuir seus conteúdos. Ao mesmo tempo provocou transformações no desempenho dos profissionais de comunicação. Isso porque toda tecnologia inserida nos processos de comunicação ao longo dos séculos foram criando novos ambientes, transformando os processos anteriores em novas formas de produção de conhecimento e informação (McLuhan, 1995, p. 12).

Dentro de um contexto histórico, o advento da internet pode representar a quarta revolução na comunicação humana. A primeira revolução apontada por Massimo Di Felice (2011)<sup>7</sup> ocorreu no século V a. C., no Oriente Médio, quando foram estruturadas formas de comunicação através das letras, transformando a cultura da sociedade estabelecida com base na oralidade na sociedade da escrita.

A segunda revolução ocorreu no século XVI, com a invenção da prensa mecânica por Johannes Gutenberg. Usada na confecção de jornais e livros da época, a impressão em papel contribuiu para a democratização do conhecimento e da ciência através da popularização da informação. A impressão por meio dos tipos móveis representou a primeira forma de mecanização complexa para a impressão do texto escrito, servindo de inspiração para outras formas mecânicas seguintes.

Graças a explosão tipográfica, a constituição dos diálogos, os estudos e as reflexões da mente humana foram registradas em papel, percorreram o mundo e atravessaram os séculos até os nossos dias. As mudanças sociais alcançadas pela invenção da prensa tipográfica de Gutenberg contribuíram com o “nacionalismo”, o industrialismo, os mercados de massa, a alfabetização e a educação universais” (McLuhan, 1995, p. 197).

A terceira revolução deu-se através da evolução tecnológica, entre os séculos XIX e XX, período em que a Revolução Industrial possibilitou a fabricação em massa de equipamentos eletrônicos. A popularização do rádio e da televisão deu início a difusão de comunicação de massa. Neste processo, a integração dos computadores nas empresas e nos mídia de comunicação possibilitou a digitalização e o arquivamento das narrativas, transformando em registo e memória os arquivos produzidos pelo Homem.

Por meio do arquivamento das histórias, a partir da digitalização, foi possível promover a hibridização das narrativas atuais com as histórias do passado. Scolari (2013) observa que a digitalização introduziu novas formas de produção narrativa e alterou a concepção mercadológica existente no início do século passado, no qual era preciso fazer grandes investimentos econômicos para ter acesso às narrativas. Entretanto, foi através da internet que a quarta revolução na comunicação alcança seu ápice, tendo como base as tecnologias digitais de comunicação e

---

<sup>7</sup> Di Felice em entrevista à Moisés Sbardelotto, para Revista do Instituto Hamanitas Unisinos, edição 308, 2011, sobre “As redes digitais vistas a partir de uma perspectiva reticular”. Artigo disponível para aprofundamento do tema: <http://www.ihuonline.unisinos.br/artigo/4199-massimo-di-felice-1>

informação oferecidas pela *World Wide Web*, o mecanismo de armazenamento e de busca mais conhecido como “WWW”.

Em escala empresarial os processos de convergências têm provocado hibridizações e mutações em diferentes instâncias, que passam pela produção, meio e linguagens. Segundo Salaverría e Negrodo (2008, p. 47), as empresas jornalísticas têm priorizado a coordenação e diversificação entre diferentes mídia para alcançar bons resultados e atrair um público que não mais se limita a consumir apenas um único mídia.

Por isso, se antes os jornais impressos se mantinham apenas com as vendas das informações em papel, hoje é preciso comercializar também informações digitais. Mas informar, apenas, não é tudo. Nesta nova configuração de mercado, é preciso que a informação proporcione experiências de imersão, interatividade, participação ou até mesmo entretenimento – como ocorre com as *newsgames*, para que a informação gere interesse e ganhe o coração do público (Andrade, 2020).

Logo, qualquer empresa de comunicação que queira obter bons resultados deve ter projetos estruturados tendo como base a lógica da convergência. Para os autores, isso explica o motivo pelo qual muitas empresas de informação têm se tornado grandes conglomerados multiplataformas. Para Scolari (2013) “na última década tem se falando em jornalismo 3.0 graças a uma potente combinação de redes e tecnologias digitais, que podem expandir os conteúdos jornalísticos gerados pelos mídia tradicionais” (Scolari, 2013, p. 183). Segundo o autor, a partir dessas combinações é possível criar novos relatos que contribuem com a informação.

### **2.3. Convergência profissional e comunicativa**

Para Mittermayer (2017, l. 338), compreender os pontos que denotam a convergência são complexos porque envolvem “uma coexistência e interação entre os meios e uma mescla de conteúdos de outros meios em único meio.” Essa mescla pontuada pelo pesquisador também incide sobre o desempenho dos jornalistas, sobre os produtos produzidos pelos mídia de informação, bem como sobre as narrativas produzidas pelos profissionais de comunicação e informação.

Os efeitos da tecnologia nos profissionais de informação, em especial repórteres e jornalistas, são diversos. Tais mudanças passam pela forma como os profissionais atuam de forma

prática nas redações, até atingirem aspectos cognitivos, com a exigência de habilidades criativas para elaboração de narrativas que podem ser exploradas com técnicas que priorizam a convergência.

José Gabriel Andrade (2020) avalia que a convergência estreitou a relação do jornalismo com o entretenimento. Segundo o pesquisador, as plataformas permitem o uso de diferentes linguagens pelo jornalista, que estão disponíveis na internet. A combinação de novas formas de narrar, juntamente com a informalidade do jornalista e da comunicação não-verbal, são responsáveis em dar o tom informal capaz de atrair novos públicos. Ainda segundo o pesquisador a informação, “para atingir o público adulto e jovem adulto será necessário disponibilizar as notícias nos média sociais com linguagem própria” (Andrade, 2020, p. 89).

Salaverría e Negrodo (2008, p. 48) considera que em relação à prática profissional, a convergência faz com que os jornalistas sejam convertidos em profissionais polivalentes e multimídias, capazes de reconhecer e aplicar diferentes técnicas, formatos e linguagens informativas. Desta forma, o acúmulo de funções faz parte desta realidade em que o jornalista deve saber produzir informações com diferentes linguagens (fotográfica, áudio, vídeo, gráfica, *design*...) e em diferentes média (impressos, televisão, rádio, internet...). Nesta circunstância, não é errado afirmar que a convergência impõe também uma certa hibridização na dinâmica dos profissionais, uma vez que se torna necessário o domínio de múltiplos conhecimentos para a produção de uma narrativa ambivalente, criativa, coesa e fluida.

Andrade (2020) acredita que a “ditadura do clique” exerce uma certa pressão no exercício do jornalismo. Isso ocorre porque os jornalistas precisam corresponder a pressão que os algoritmos impõem aos profissionais. Os cliques são convertidos em rendimentos financeiros que beneficia tanto quem produz a informação quanto quem fabrica desinformação. Para o autor, o cruzamento do jornalismo com o entretenimento pode ser uma saída para empresas de comunicação e informação que tiveram seus rendimentos reduzidos com a queda das publicidades provocada pela internet. “As possibilidades da rede, da convergência e do transmídia podem atrair patrocinadores para a manutenção de um jornalismo de qualidade e imparcial” (Andrade, 2020, p. 90).

Renó (2012, p. 46) relata que a era da convergência estimula a integração de múltiplos textos para a elaboração de uma narrativa abrangente. Desta forma a criação de uma grande história não consegue ser inserida em apenas em um média, sendo preciso dividi-las em narrativas

menores em múltiplas plataformas. O autor reforça a ideia de que a narrativa transmídia aplicada como uma forma de linguagem jornalística contribui para a construção da informação ampliada, através da combinação de diferentes formas de linguagens: texto, som, imagens estáticas e em movimento, além do uso de diferentes plataformas e mídia.

No jornalismo esta forma de linguagem passou a ser explorada sobretudo por meio da internet, através do hipertexto, onde é possível ao jornalista estruturar sua narrativa fazendo o uso de diferentes formatos narrativos. Santaella (2014) avalia que o prefixo *hiper*, na palavra hipertexto, diz respeito “à capacidade do texto para armazenar informações que se fragmentam em uma multiplicidade de partes dispostas em uma estrutura reticular” (Santaella, 2014, p. 211). Deste modo, a informação jornalística em tempos de convergência deve ser construída de forma estruturada, o que demanda planejamento através da narrativa transmediática, embora o resultado final do texto possa ser consumido de forma não-linear.

Portanto, o que o hipertexto nos apresenta é um texto que, em vez de estruturar frase a frase linearmente como em um livro impresso, caracteriza-se por nós ou ponto de intersecção que, ao serem clicados, remetem a conexões não lineares, compondo um percurso de leitura que salta de um ponto a outro de mensagens contidas em documentos distintos, mas interconectados. Isso vai compondo uma configuração reticular. (Santaella, 2014, p. 212)

Segundo Wanessa Medeiros Alves (2015), o hipertexto é essencial para a narrativa jornalística transmídia. Por meio deste é possível estruturar de forma organizada a narrativa, além de servir de “porta de entrada” para acender diferentes formas de linguagens. A autora argumenta que o hipertexto exerce ainda a função de “gerenciador de navegação” porque é estruturado como uma narrativa multidirecional que amplia a informação de forma coesa e sem a demanda da linearidade.

Por viabilizar uma narrativa multilinear, ou seja, por apresentar uma história como possíveis caminhos a serem percorridos, cada vez que clicamos em *links* ou palavras coloridas que nos direcionam a outros documentos, o hipertexto contempla também umas das características da narrativa transmídia: a interatividade. A criação de uma narrativa informativa hipertextual concede ao leitor-consumidor o poder de escolher se aprofundar ou não na informação. Santaella (2014) considera que a estrutura hipertextual é interativa porque “implica a manipulação por parte do usuário-leitor”, uma vez que a estrutura abre novos caminhos a partir das escolhas individuais, entre clicar ou não no próximo *link*.

## 2.4. Convergência e hibridizações das narrativas nos média

Embora o conceito de convergência entre as narrativas não tenha sido contemplado nos estudos de Salaverría e Negrodo (2008), torna-se relevante refletir sobre essa concepção neste tópico, uma vez que os processos de convergência também afetam as narrativas e os gêneros informativos que nos cercam.

Marshall McLuhan (1995, p. 75) acredita que “o encontro dos meios é um momento de liberdade e libertação do entorpecimento e do transe que eles impõem aos nossos sentidos”. Entretanto, as hibridizações narrativas entre os média do jornalismo e do entretenimento podem causar interferências por parte do público quanto a interpretação do que é informação, entretenimento ou mesmo desinformação.

No Livro “*Softwares takes command*”, Lev Manovich (2013) sustenta que o computador se tornou uma metamídia graças à hibridização dos meios anteriores. No decorrer da escrita, o autor observa ainda que o meio digital se transformou no principal motor da cultura contemporânea. Deste modo, podemos considerar que ao colocar as redes como principal motor da cultura, Manovich contempla também as narrativas híbridas como fonte de energia, isso porque não existe meio sem narrativa.

Lançando um olhar sobre a convergência que incide sobre a prática do jornalismo, Andrade (2020, p. 85) observa as mudanças narrativas e estéticas a qual o jornalismo está submetido através da internet. Embora reconheça que as “regras, princípios e padrões essenciais” persistem no jornalismo contemporâneo, o pesquisador argumenta que o estreitamento das relações entre informação e entretenimento é necessária para a captação de novos públicos pelo jornalismo.

Torna-se possível observar, entretanto, que atualmente o entretenimento também estreitou sua relação com o jornalismo. Não raro podemos assistir, ler e ouvir informações produzidas por integrantes sociais, personalidades e digital *influencers* sobre pautas que circulam nos média de informação. Embora essa repercussão contribua de algum modo para que haja a transmedialidade da narrativa jornalística, fazendo com que a informação atinja mais pessoas, esta interligação também pode causar ambiguidades sobre o jornalismo e sobre o papel do jornalista.



“Afiml, quem produz informação?” Numa época em que se discute medidas mais assertivas para que a confusão da desinformação não se instale nos média, provocando uma convulsão social e a ruptura da credibilidade do público com o jornalismo, cabe ao ensino reforçar os contornos que diferenciam o jornalismo do entretenimento (Silva, 2019).

Delimitar os limites sobre “o que é o jornalismo?”; “qual é a importância social de sua prática?”; “quais são os benefícios da narrativa informativa, bem como os perigos presentes na desinformação?”, é basilar quando falamos de uma sociedade livre. Se a convergência diminui os contrastes entre as profissões (jornalismo, publicidade, marketing...) e sobre suas narrativas (informativas, de entretenimento e de *merchandising*...), cabe à educação construir caminhos para que os jovens possam identificar as diferenças entre as narrativas.

Após a análise dos dados colhidos com a aplicação do inquérito - no qual veremos mais profundamente no último capítulo - foi observado que existe uma dificuldade entre os jovens em identificar a diferença entre a credibilidade em relação aos *youtubers do* entretenimento e os jornalistas. Como se ambos fossem responsáveis pela produção de narrativas informacionais com credibilidade jornalística. Se há duas décadas era possível identificar com mais facilidade o que era informação jornalística, entretenimento, marketing, publicidade... hoje, essas diferenças foram diluídas pela internet (Jenkins 2019; Scolari, 2013/2015; Primo, 2010; Andrade, 2020).

Seguindo este ângulo, Primo (2010) avalia que atualmente existe um “borramento” da fronteira entre produção e consumo, que é explicada pela liberdade de expressão proporcionada pela internet. “Isso faz com que qualquer pessoa possa produzir conteúdo e colocar em circulação nas redes”. Em consequência disso, considera que “a simplificação das ferramentas de produção e com a popularização dos sites de redes sociais pode-se reconhecer um empoderamento das pessoas desvinculadas de instituições mediáticas” (Primo, 2010, p.09).

É fato que a expansão vertiginosa da internet e a possibilidade quase infinita de produzir e espalhar conteúdos alterou a forma como passamos a identificar e nos relacionar com a narrativa informacional. O mundo ciberconectado alterou o modo como nos portamos em sociedade, revolucionou a forma de fazer política e afetou as democracias ao redor do mundo porque a convergência atinge não apenas os média e os aparatos tecnológicos, mas também as narrativas, e isso nos influencia porque nós somos as narrativas.

A cultura da participação é o que mais se contrasta na contemporaneidade em relação aos média do passado (Mittemayer, 2017). A convergência entre eles é quem dita o fluxo narrativo entre todos os média contemporâneos. Por isso Jenkins (2019) reforça a ideia de que a convergência não pode ser vista apenas com viés tecnológico.

Por essência os seres humanos constroem sua linguagem, percepções e ideologias a partir de referências, e complementam sua linguagem a partir de outros discursos (Alves, 2015, p. 38). Nesta perspectiva, Jenkins (2019, l. 365) corrobora ao afirmar que cada ser humano constrói sua percepção e interpretação do mundo de maneira individual, “a partir de fragmentos de informações extraídos do fluxo mediático.”

Logo, é a partir da junção destes elementos fragmentados que tomamos consciência para nos posicionarmos em sociedade. Ou seja, tudo aquilo que lemos, ouvimos e assistimos nos média constituem componentes que nos permitem interpretar a nossa realidade e vão nos direcionar para a nossa ação participativa em sociedade. Alguns mais críticos em relação aos conteúdos que recebem - outros nem tanto.

McLuhan (1995) avalia que o cruzamento ou hibridizações entre os média opera com grande força nos conteúdos e informações que nos cercam. Para ele, os efeitos da tecnologia por vezes não ocorrem apenas na dificuldade de identificar as opiniões e conceitos, manifestando-se também “nas relações entre os sentidos e nas estruturas da percepção, num passo firme sem qualquer resistência” (McLuhan, 1995, p. 33).

Através das hibridizações que ocorrem nas narrativas, é possível entender em parte a dificuldade que existe em identificar o que é informação ou desinformação, já que ambos dividem o mesmo espaço nos ambientes digitais e nos dispositivos tecnológicos.

Egle Spinelli e Jéssica Santos (2018) referem que a mudança cultural provocada pelas tecnologias e pela internet ocasiona uma profusão de narrativas. Estas, que são produzidas por diferentes integrantes da sociedade, disputam espaço com o jornalismo, fortalecendo um movimento em que o jornalismo perde o monopólio da informação. Embora a multiplicação de vozes fortaleça a sociedade democrática (Gallo, 2017), a profusão de narrativas também é um fator de preocupação. Spinelli e Santos (2018) postulam que as informações produzidas por autores sociais mesclam-se com as narrativas produzidas pelos profissionais de informação, numa disputa de alcance global que pode nos levar ao caos.

Justamente por isso é relevante que a promoção da educação escolar considere a realidade que se desenrola sob as práticas da convergência, das quais as narrativas se manifestam e se hibridizam. Somente através de uma perspectiva educacional, tendo como base os princípios da convergência, será possibilitado ao jovem a capacidade de ler o mundo através das informações transmediadas. Desta forma, como aponta Cardoso e Baldi (2018, p. 9), quando um jovem for confrontado com alguma desinformação, terá aporte crítico e analítico para questionar a narrativa recebida.

## 2.5. “Nós Somos as Narrativas”: informação jornalística para assimilação das realidades narradas

Contar histórias é um comportamento inerente aos seres humanos. Com a história, motivo de reflexão e diálogo (verbal ou não-verbal) o homem se faz homem. Ao narrar sua realidade, assume consciente ou inconscientemente sua condição humana de contribuir com a história. Desde antes da invenção das palavras, as imagens pictóricas nas cavernas indicavam a necessidade que nos diferencia de outros animais: a capacidade que temos de narrar a realidade que nos cerca.

As histórias - que aqui abordamos como sinônimo de narrativas para facilitar a compreensão do contexto – nos constituem como seres humanos capazes de refletir, assimilar e expressar a nossa realidade através do ato de narrar. Se por um lado, na infância, as histórias são responsáveis por fomentar de forma lúdica a criatividade das crianças, elas também podem ser vistas como ferramenta de formação da identidade, valores e caráter dos indivíduos em construção.

Seguindo esta perspectiva, as histórias ou narrativas produzidas pelos média de comunicação, além de nos informar, exercem influência naquilo que pensamos e na forma como interpretamos e expressamos a realidade que nos envolve. A informação jornalística, enquanto narrativa, influencia a nossa percepção do mundo em diferentes níveis.

Vladimir Hudec (1980), em seu livro *O que é jornalismo?* acredita que todos os produtos publicados pelo jornalismo, e que são multiplicados nos meios de comunicação, exercem influência na formação e orientação da opinião pública em toda a sua diversidade. Segundo o autor,

o reflexo da realidade no jornalismo não pode ser encarado com um ato isolado, separado do contexto, mas sim como um

processo continuamente renovado, porque é apenas contínuo e incessante reflexo da realidade, descrita e modelada pelo jornalista na crónica do dia a dia, que penetra na consciência das massas sob a forma de conhecimento cada vez mais profundo, verdadeiro e exato da realidade atual. Isto, por seu turno, prepara as pessoas para agirem de um modo consciente. (Hudec, 1980, p.45)

Mar de Fontcuberta (1999) parece concordar que as narrativas produzidas pelos média do jornalismo geram informações que afetam a forma como encaramos a nossa realidade, bem como o modo como nos posicionamos diante dos fatos que circundam os interesses sociais. No entanto, a pesquisadora vai além ao afirmar que a informação é condição básica para os indivíduos e para uma sociedade livre. De tal modo que um indivíduo desinformado torna-se um sujeito incapaz de tomar decisões acertadas em diferentes contextos na vida e em sociedade (Fontcuberta, 1999, p. 23).

Como afirma Helen Haste (2004, p. 420), cada indivíduo constrói sua própria identidade através dos diálogos com outros indivíduos, seja de forma individual ou em grupo. É nesta troca interativa, no mundo real ou virtual, que as narrativas no jornalismo tornam-se elementos de debate, reflexão ou engajamento, e é a partir delas que cada indivíduo constrói sua própria narrativa e a projeta em forma de posicionamento: de maneira opinativa nas redes ou na prática em sociedade. Ao (re)contar uma informação narrada pelo jornalismo, cada indivíduo torna-se coautor e acrescenta novas nuances à história, tendo como base seus posicionamentos políticos, ideológicos, valores pessoais, etc.

Neste processo, cada história (re)produzida ressignifica-se num movimento contínuo em que cada consciência interpreta e busca contribuir com a história inicial. Ao passo que se expande, a informação jornalística se humaniza nos diálogos, ganha força nos debates sociais e fomenta mudanças ao promover a consciência do mundo. Apesar disso, a narrativa jornalística não é uma história em si, mas ela historiciza-se à medida que constrói memórias, incentiva à reflexão, informa para formar consciências e promove diálogos sociais.

Ao informar, as narrativas produzidas pelo jornalismo também tornam-se ferramentas que colaboram com a manutenção do pensamento crítico. Em muitos casos, traz à luz pautas de interesses públicos velados. As informações apresentam dados, contextualizam situações com narrativas do passado e, ao contar o presente, abrem precedentes para que o público possa gerir seu futuro.

Hudec (1980) observa que o jornalismo passou a fazer parte da vida cotidiana e se tornou indispensável no processo de evolução social. O jornalismo é narrativa, e, narrando os fatos em realidade, permite-nos integrar sua narrativa para construção de uma história própria, que liberta-nos da ignorância da desinformação.

Spinelli e Santos (2018, p. 11), contribuindo com os estudos de Kovach e Rosenstiel (2003), pontuam que a notícia - narrativa responsável por gerar informação - é o principal produto do jornalismo e atende uma necessidade que existe no ser humano: “o instinto de percepção”, que nada mais é do que a ânsia de estar informado. As autoras alegam que as pessoas sentem a necessidade de estar informadas sobre o que acontece na cidade, no país ou do outro lado do mundo, porque o conhecimento converte-se em segurança e contribui para o planejamento das próprias vidas (Spinelli & Santos, 2018, p. 11).

Como afirma Robert E. Park, nos anos 40, é com base nas notícias narradas pelo jornalismo que se constrói a opinião pública. A notícia desperta interesse no público, que reage ao meio através dos diálogos e desta forma o público tem o poder de participar dos acontecimentos. Segundo Park (2009, p. 43), as notícias são responsáveis por encorajar o indivíduo a construir sua narrativa por si mesmo, a partir daquilo que interpreta, independente de partidos.

Apesar de estarmos inseridos numa sociedade estruturada em dois “mundos”, o real e o ciberconectado, Halimi (1998) considera que a vida em sociedade resiste aos ecrãs dos computadores e dos dispositivos eletrônicos, porque a vida em essência não é virtual. Sendo assim, as informações que circulam na sociedade por vezes informa mais que a ‘informação’ produzida pelos média, que abordam os problemas sociais em diversas circunstâncias (Halimi, 1998, p. 107).

Por outro lado, é necessário considerar que a configuração da sociedade contemporânea é consolidada pelo conhecimento mediatizado e pelas informações que chegam pelas plataformas e redes digitais. Assim, a dependência desses meios determina novas percepções do mundo e indica a necessidade de criarmos mecanismos para interpretar e reconhecer a enxurrada de narrativas que nos invade. “Quais dessas narrativas vêm de um jornalismo comprometido, ético e reconhecido?”, “Essa informação é confiável, a ponto de ser compartilhada?” Estas são apenas algumas perguntas iniciais que podem ser feitas a fim de garantir a segurança de que a construção das narrativas pessoais, que refletem na sociedade, serão construídas com os princípios da verdade.

Tendo a complexidade extraordinária da sociedade atual, marcada pela fluidez nas informações que nos ajudam a construir uma visão crítica sobre o mundo (Jenkins, 2019), é de interesse coletivo saber compreender os processos que incidem nos acontecimentos que se transformam em narrativas e informação. “Visto que já não se trata apenas de estar bem informado, mas de procurar sentido no mundo circundante” (Fontcuberta, 1999, p. 38).

As redes digitais têm transformado tudo em fluxo. E o fluxo que caracteriza o excesso de estímulos informativos não é sinônimo de melhor informação. Crítica em relação a quantidade em detrimento da qualidade, Fontcuberta (1999) é enfática ao considerar que uma pessoa que se informa em múltiplos mídia e plataformas, nem sempre será o sujeito melhor informado. Para a pesquisadora, existem alguns comportamentos a serem seguidos no processo de consumo informativo, que passam pela interpretação da realidade, abstração, reconhecimento e identificação da origem informativa, para então chegar a desenvolver uma visão crítica. Desta maneira, descreve que

uma pessoa não está melhor informada por ler diariamente cinco jornais, ouvir múltiplas estações de rádio ou ligar para vários canais de televisão, mas sim o que é capaz de: a) identificar os elementos essenciais para a interpretação da realidade; b) reparar nas omissões-chave em relação à realidade; c) descobrir as táticas e estratégias de persuasão utilizadas na emissão das mensagens informativas, o que implica conhecer os mecanismos de produção da informação; d) ser capaz, por consequência, de aceitar ou rejeitar, parcial ou totalmente, a mensagem, mas sempre com uma atitude crítica. (Fontcuberta, 1999, p. 113)

## 2.6. Narrativa transmídia como antídoto à desinformação

Durante mais de duas décadas após a popularização da internet, o jornalismo mundial consolidou-se diante da lógica da velocidade em informar. Por um longo período a objetividade narrativa ditou a prática dos “furos da notícia”, impulsionada sobretudo pela velocidade e a urgência em noticiar em primeiro lugar. Atendendo às imposições da internet, o rádio, a TV, os jornais e diferentes mídia de comunicação e informação passaram a fazer uso da informação “*fast-food*”. Neste processo, consequentemente, abria-se mão da subjetividade, da multiplicidade de vozes, bem como o uso de diferentes linguagens na construção da informação. A partir da assimilação das potencialidades transmídia, foi possível ao jornalismo fazer uso de elementos subjetivos (Moloney, 2011), explorando os relatos com a profundidade para torná-los envolventes.

Karine da Cunha e Paulo Mantello (2014) adotam o termo em inglês “*storytelling*” em sua pesquisa para referir à narrativa transmídia no jornalismo. Apesar de estar grafado em inglês, o estrangeirismo não diminui a equivalência entre as formas de escrita. Portanto, Transmídia *Storytelling*, Narrativa Transmídia ou Narrativa Transmídia dizem respeito a mesma estrutura responsável por organizar as narrativas tendo como base os diferentes aspectos da convergência.

Cunha e Mantello (2014) descrevem a narrativa transmídia *storytelling* como uma técnica que permite “narrar fatos como se fossem histórias”. Os pesquisadores elaboram que “ao enfatizar a narração e a descrição, há um esforço de criar cenas e personagens, tarefa estética de despertar sensações no consumidor de notícia (...) para que [o público] se identifique com o relato e goste do texto jornalístico como apreciaria um texto mais elaborado, propriamente literário ou poético” (Cunha & Mantello, 2014, p. 58).

Ivone de Lourdes Oliveira e Jeane Moreira (2020) postulam que a adoção da narrativa transmídia pelo jornalismo pode contribuir com a humanização da informação e aprofundamento das pautas. As autoras acreditam que esta forma de narrar pode aproximar o jornalismo da literatura, uma vez que é possível se desprender da formalidade e da objetividade na qual o jornalismo consolidou-se. A partir disso, torna-se possível o uso de diferentes recursos linguísticos, bem como a “valorização de ambiente e personagens” (Oliveira & Moreira, 2020, p. 80).

Embora considere que o jornalismo em tempos de convergência não tenha conseguido obter bons resultados com o uso da narrativa transmídia como o entretenimento, Moloney (2011, p. 12) alega que a integração dos mídia tradicionais e digitais são importantes para o jornalismo. O autor avalia que as técnicas da narrativa transmídia possibilitam ao jornalismo aproveitar o poder dos media, juntamente com o poder das redes interpessoais, para envolver o público na informação.

Ao associar a narrativa transmídia no jornalismo ao “jornalismo cidadão”, Scolari (2013, p. 87) compreende que a partir da transmídia, a participação do público é considerada no processo de produção da informação. O envio de fotos e vídeos aos telejornais; o envio de cartas aos editores de veículos impressos, além dos comentários em fóruns e páginas nos mídia de informação na internet são considerados pelos editores. A troca entre o público e os mídia do jornalismo faz com que a informação seja horizontalizada e, portanto, mais humanizada; já que os mídia passam a considerar também os interesses do público nos recortes da informação. Mas isso não quer dizer que o público irá determinar o desfecho da narrativa, como ocorre com o

entretenimento, mas poderá discordar da abordagem e/ou sugerir novos caminhos à apuração dos fatos.

Para Scolari (2013, p. 74), não há média de informação, escrita ou audiovisual, que não faça convite para que o público envie informações, fotografias, vídeos ou textos que possam contribuir com a narração e com a expansão das notícias. Assim, ao integrar o público nos processos narrativos transmediáticos, o jornalismo consegue abranger cada vez mais novos e distintos públicos.

Maria José Brites, Inês Amaral e Fernando Catarino (2018), em seu artigo que aborda o digital *storytelling* como produtor de pensamento crítico contra as *fake news*, descrevem que “o jornalismo afirma-se cada vez mais como uma ferramenta educativa muito em especial numa sociedade em que saber gerir informação é fundamental e na qual as ferramentas digitais, como o *storytelling* com base jornalística, são essenciais no âmbito da formação de cidadãos conscientes” (Brites et al., 2018, p. 95).

Deste modo, num cenário em que a desinformação toma conta dos média e confunde os debates sociais, a adoção da narrativa transmédia pelo jornalismo pode ter surgido como uma forma de disputar a atenção do público neste cenário de informações dispersas (Moloney, 2011). Através do suporte transmédia, uma história contada pelo jornalismo poderia ser construída de maneira mais profunda, convincente e mais complexa, de modo a envolver o público nas pautas de interesses coletivos (Brites et al, 2018).



## CAPÍTULO III

### 3. JORNALISMO E CONVERGÊNCIA: TRANSMEDIALIDADE, PARTICIPAÇÃO E CONSTRUÇÃO DA INTELIGÊNCIA COLETIVA

#### 3.1. Do que falamos sobre a narrativa transmídia?

A narrativa transmídia nasce de um movimento em que as tecnologias digitais de comunicação e informação, juntamente com a explosão e popularização da internet 2.0 (Porto & Flores, 2012), possibilitaram a integração dos média para a construção de histórias ampliadas. A partir da fusão da TV, do rádio, do cinema, da literatura, dos games (entre outros) com as plataformas digitais, e das quais se beneficiam das linguagens computacionais, vislumbramos as possibilidades de explorar e ampliar as narrativas. Mas o conceito da narrativa transmídia está associado a diferentes definições (Scolari, 2013). Assim como ocorre com a convergência, a narrativa transmídia apresenta contornos indefinidos para a sua aplicação e identificação. Entretanto, alguns elementos nos ajudam a reconhecer o uso desta narrativa nos média de comunicação social, jornalismo e no entretenimento.

Para Ana Cláudia Munari Domingos (2013), analisar as produções que se realizam no âmbito da convergência tem provocado “confluência de uma série de disciplinas, advindas de diferentes campos, que ainda não alcançaram a transdisciplinaridade necessária para explicar o fenômeno em toda a sua complexidade” (Domingos, 2013, p. 161). Mittermayer (2017, p. 10), por sua vez, argumenta que a narrativa transmídia foi concebida como resposta, mas por fim gerou novos questionamentos que passam pela forma de identificação, desenvolvimento e atuação do público nos processos narrativos.

Scolari (2013) afirma ainda que o mundo das narrativas transmediadas forma um terreno caótico e semanticamente instável, sendo difícil criar um roteiro específico para compreendê-lo. Assim, “conceitos como *cross-media*, multimodalidade, multiplataforma e narrativa aumentada” (Scolari, 2013, p. 23) também descrevem o universo das narrativas transmídia. Mais adiante, o autor argumenta que

a NT é uma forma narrativa particular que se expande através de diferentes sistemas de significado (verbal, icônico, audiovisual, interativo, etc.) e média (cinema, quadrinhos, televisão, videogames, teatro, etc.). A NT não é apenas uma adaptação de uma linguagem para outra: a história que o quadrinho conta não é a mesma que aparece na tela do cinema ou na microssuperfície do dispositivo móvel. Uma

estratégia tradicional de empresas de comunicação baseou-se precisamente no desenvolvimento da mesma história em diferentes média ou linguagens(...) Mas quando nos referimos a NT, não estamos falando de uma adaptação de um linguagem para outra (por exemplo, do livro ao cinema), mas de uma estratégia que vai muito além e desenvolve um mundo narrativo que engloba diferentes meios e linguagens. Desta forma a história se expande, novos personagens ou situações aparecem, ampliando os limites do universo ficcional (Scolari, 2013, pp. 24 e 25).

A ideia sobre as narrativas transmédia antecede as teorias de Jenkins, embora a partir dele o conceito tenha ganhado maior repercussão. Na década de 1991, ao lançar o livro “*Playing with power in movies, television, and video games: from muppet babies to teenager mutante ninja turtles*”, a pesquisadora Marsha Kinder percebeu que algo havia mudado na forma como os jovens consumiam entretenimento. Motivada pelos desenhos animados da época, Kinder concebe o conceito “transmédia intertextual” para explicar o fenômeno das tartarugas ninjas. Na ocasião, o sucesso da animação era tamanho, que as histórias sobre as Tartarugas Ninjas passavam da TV para as bandas desenhadas, das séries televisivas para games. Havendo, portanto, uma mistura criteriosa sobre as narrativas dos animais, aliando ficção científica, artes marciais e a difusão das histórias por cada meio de comunicação (Pereira & Ferreira, 2018, p. 2). Desta forma cada meio de comunicação contribui com as novas narrativas sobre o desenho animado.

A partir da lógica apontada por Kinder, outros pesquisadores passaram a refletir sobre a transmedialidade adotada pelo entretenimento nas produções audiovisuais de sucesso. O filme *Matrix*, lançado no início dos anos 2000, foi pioneiro na experimentação desta forma de narrar e serviu de inspiração para a indústria do entretenimento. O longa-metragem foi construído para que sua narrativa original contemplasse diferentes meios: cinema, banda desenhada, séries em plataformas online, games, jogos de tabuleiros, etc.

Scolari (2015) acredita que a narrativa transmédia tem sido adotada como estratégia pelos média, de modo que esta forma de narrar não é mais um experimento, mas uma realidade que pode ser vista em qualquer gênero. As produções de *Harry Potter*, *Pokémon*, os Super-Heróis da *Marvel* e *DC Comics*, os *Reality Shows* como o *Big Brother Brasil* são apenas alguns exemplos de produtos explorados pela narrativa transmédia.

Neste sentido, a Indústria do Entretenimento enxerga nesta forma de narrativa uma oportunidade de transformar uma história em um grande universo narrativo. À medida que proporciona novas experiências ao público, que pode migrar de um média ao outro, também

consegue abraçar diferentes audiências. Por isso as narrativas transmídia são relevantes para que os média possam captar novos públicos (Scolari, 2015).

Para Jenkins (2019), a narrativa transmídia corresponde a utilização de diferentes plataformas midiáticas que convergem para contar uma história, sendo que cada novo texto contribui para a narrativa principal. A lógica da narrativa transmídia parte do pressuposto de que um único texto não é capaz de abranger todo o conteúdo de uma narrativa, sendo preciso fragmentá-lo em narrativas menores que complementam o enredo central. Embora exista uma interconexão entre todas as narrativas distribuídas em diferentes mídia, a prerrogativa da narrativa transmediática consiste em não existir redundância nas informações, pois cada narrativa oferece novas abordagens, personagens e pontos de vista sobre a mesma história.

Uma história transmediática se desenrola através de múltiplos suportes midiáticos, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmediática, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do game, e vice-versa. Cada produto determinado é um ponto de acesso à franquia como um todo (Jenkins 2019, l. 135).

João Carlos Massarolo e Gustavo Pandovani (2019) elaboram que a narrativa transmídia refere a construções de “mundos possíveis” a partir de uma história central, que se desdobra por diferentes canais ou suportes, permitindo que o público tenha acesso à informação por diferentes entradas. Ao considerar a participação do público, Jenkins (2019), ressalta que narrativa transmediática potencializa a experiência dos consumidores de mídia, ao passo que elas são elaboradas para despertar interesse, engajamento e participação.

A narrativa transmídia refere-se a uma nova estética que surgiu em resposta à convergência das mídias - uma estética que faz novas exigências aos consumidores de conhecimento. A narrativa transmídia é a arte da criação de um universo. Para viver uma experiência plena num universo ficcional, os consumidores devem assumir o papel de caçadores e coletores, perseguindo pedaços da história pelos diferentes canais, comparando suas observações com as de outras fãs, em grupos de discussão on-line, e colaborando para assegurar que todos os que investiram tempo e energia tenham uma experiência de entretenimento a mais.” (Jenkins, 2019, l. 718)

Corroborando com as ponderações de Jenkins, Scolari (2015) escreve que a narrativa transmídia não afeta apenas o texto a ser narrado, mas também o processo de produção e de

consumo das narrativas. O autor observa que, enquanto os “pesquisadores e produtores veem novas oportunidades de negócio para o mercado mediático, as novas gerações desenvolvem as habilidades para lidar com o fluxo de histórias e se tornam caçadores de informações de múltiplas fontes” (Scolari, 2015, pp. 09-10).

Alves (2015) sintetiza que a narrativa transmédia pode ser interpretada pela integração de diferentes linguagens, meios e percursos para a construção de histórias que se integram em uma única narrativa, mas ressalta que a participação deve ser a precursora do processo transmédia e não apenas um detalhe nos média. Considerando as ponderações de Jenkins (2019), a narrativa transmédia manifesta a cultura da convergência mediática, mas também a cultura da participação, ao integrar o público nos conteúdos produzidos pelos media.

### **3.2. Narrativa transmédia no jornalismo**

A narrativa é matéria-prima do jornalismo e, como vimos, uma das manifestações criativas mais primárias da comunicação humana. Desde o advento da internet, o jornalismo vem transformando sua forma narrativa através da incorporação dos recursos tecnológicos. As mudanças na sua forma de produção e gestão da informação passaram (e ainda passam) pelas novas possibilidades de linguagens, das experimentações destas linguagens para cada meio e o impacto deste processo para o público.

A princípio o uso da narrativa transmédia esteve ancorada no entretenimento e nos interesses comerciais, sendo utilizada pela Indústria do Entretenimento como uma fórmula estratégica capaz de captar novos públicos e satisfazer o interesse dos consumidores de franquias (Scolari, 2013). Com o tempo, os média de informação e comunicação também passaram a fazer uso da narrativa transmédia em suas produções. No caso do jornalismo, a queda das receitas com publicidade e a migração do jornalismo impresso para os média digitais consegue explicar em parte a adesão ao uso da narrativa transmédia (Andrade, 2020). Por outro lado, o emprego desta forma de narrar pelo jornalismo exprime o interesse do público em participar cada vez mais das narrativas produzidas pelos média.

Denis Porto e Jésus Flores (2012) acreditam que a chegada da web 2.0 foi preponderante na difusão de conteúdos no ciberespaço, especialmente através da popularização dos blogues, microblogues e plataformas de vídeo como o Youtube, Facebook, Twitter, entre outros. Segundo

os pesquisadores, as redes pessoais de comunicação são responsáveis por facilitar a abertura de canais individuais ao público em geral, que passaram a ter seu próprio canal de comunicação para compartilhar seus interesses a nível global.

Em meados dos anos 2000, com a web 2.0, o que o jornalismo tentava a grosso modo tentar acompanhar - ainda de forma experimental, tornou-se incontestavelmente o principal caminho para o desempenho do jornalismo mundial. Não bastando apenas replicar a informação do jornal impresso ao digital, mas proporcionar uma narrativa complementar e participativa, numa relação harmônica de troca entre o público e os média. Logo, tendo como base a consolidação da convergência entre os média, a narrativa transmídia no jornalismo apresenta diferentes formas para elaboração de histórias que se desmembram em múltiplas plataformas, deixando de lado o modelo tradicional de se fazer jornalismo, embora os princípios éticos da profissão estejam consolidados.

O conceito de jornalismo transmídia ganha diferentes contornos e denominações de acordo com cada pesquisador. Scolari (2013), por exemplo, pontua que essa forma de construir informação é reconhecida muitas vezes como jornalismo multiplataforma, embora o próprio autor em algumas passagens salienta a relação que pode haver nesta forma de narrativa com os preceitos do “jornalismo cidadão”. Isso ocorre porque a narrativa transmídia no jornalismo dialoga com outros conceitos que permite a participação ou autonomia do público no consumo informativo e que integram as plataformas digitais. Ou seja, o que Scolari (2013, p. 187) quer dizer é que o jornalismo transmediático ou jornalismo de convergência, ao produzir informações, deve criar espaços de participação ativa aos consumidores. Deste modo, o jornalismo transmediático pode adotar diferentes abordagens para que a participação seja alcançada, desde o aproveitamento dos materiais produzidos pelo público (áudio, vídeo, mensagens em publicações noticiosas) e que integram o conceito do jornalismo cidadão e, assim, priorizem uma pluralidade de vozes, até o aproveitamento das participações enviadas pelas redes (fóruns de discussões, sites, e-mail, blogues, redes sociais, etc).

Para Jenkins (2019), a cultura da participação é o que contrasta na contemporaneidade em relação aos media tradicionais do passado. A quebra da linearidade que distanciava o produtor do consumidor abriu espaço para a construção pautada pela participação do público na construção narrativa, seja no entretenimento ou mesmo no jornalismo. Com isso, o público contemporâneo corresponde ao novo consumidor-produtor que não se limita à passividade a qual fora

condicionado há décadas pelos média tradicionais, e, portanto, busca formas de participar das narrativas que os interessa. Seja por comentários nas redes sociais ou fóruns de discussões, através de compartilhamentos de informações em aplicações de sociabilidade, ou mesmo através das reproduções dos discursos de forma *off-line*.

Alves (2015, p. 11) acredita que a narrativa transmídia empregada ao jornalismo representa uma forma de aliar democracia e liberdade nos espaços das redes digitais com o jornalismo tradicional, que passa a considerar e estimular a participação da audiência na produção e ampliação dos conteúdos informativos. Assim, ao fazer uso de múltiplas plataformas para contar uma história, o jornalismo transmídia também amplia o acesso aos conteúdos noticiosos por parte de diferentes públicos. Para a pesquisadora, a estrutura transmídia consegue explicar o cenário ambivalente do homem contemporâneo. Por meio da construção de uma narrativa distribuída em plataformas diferentes, é possível que o público faça escolhas de conteúdos e ao mesmo tempo tenha liberdade para escolher o caminho a percorrer.

Massarolo e Pandovani (2019) argumentam que a lógica da narrativa transmídia no jornalismo pressupõe diferentes construções de mundos narrativos, a partir de uma narrativa central, ou como prefere denominá-la, “canônica”, dotada de extensões distribuídas em diferentes canais ou suportes.

A lógica transmídia, enquanto procedimento do jornalismo multiplataforma, permite que um produto midiático como, por exemplo, uma grande reportagem, produzida para ser veiculada primeiramente na TV, seja desdobrada para múltiplas telas e plataformas de vídeo sob demanda, além de jogos para dispositivos móveis e redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram, entre outras). Esse processo de convergência midiática estimula a produção colaborativa de textos, fotos, vídeos em blogs para circulação nas plataformas sociais (Massarolo & Padovani, 2019, p. 304).

Para Maurício Mota (2014, s/p), a narrativa transmídia pode ser tanto ficcional quanto documental, utilizada de forma a aprofundar a relação do público com o conteúdo oferecido, com o autor e com a plataforma onde a narrativa se discorre. Mota é enfático ao afirmar que o foco da narrativa transmídia deve ser sempre a história e não as plataformas utilizadas. Em entrevista, o autor defende a ideia de que a narrativa transmídia deve instigar o público à ação de convergir. Ou seja, é o público quem converge – e não as plataformas – ao buscar novas informações nos média, ao comentar nas redes, ao compartilhar informações nas redes sociais, nos fóruns de discussões, ao fazer uso de múltiplas plataformas para buscar informações.

### 3.3. Características da narrativa transmédia no jornalismo

Em seu livro “*Narrativas Transmédia: Cuando todos los medios contam*”, Scolari (2013) reflete sobre as transformações vivenciada pelo jornalismo desde à produção das informações até o consumo pelo público. O autor faz uma observação pertinente sobre o futuro do jornalismo, dos jornalistas e dos profissionais de comunicação do século XXI. Em um cenário cada vez mais nebuloso, Scolari acredita que a linha que separava os produtores de informação dos consumidores de notícia está se desfazendo e abrindo espaço para trocas de papéis entre consumidor e produtor, de uma maneira tão convergente, que ainda estamos caminhando para compreender este processo. Por isso, o pesquisador reforça que o jornalismo, assim como outras formas de comunicação, vivem um período de profunda transformação nas formas de contar histórias.

Na última década muito se falou em jornalismo cidadão ou jornalismo 3.0. O que está acontecendo? Os cidadãos, graças a uma poderosa combinação das redes e tecnologias digitais, podem ampliar o conteúdo jornalístico gerado pelos média tradicionais ou criar diretamente novas notícias (Scolari, 2013, p. 183).

No jornalismo, as narrativas transmediáticas buscam informar da melhor maneira o consumidor de notícia graças as possíveis combinações entre os média, plataformas e linguagens (Jenkins, 2019; Scolari, 2013; Alves, 2015; Porto & Flores, 2012), nas quais tais combinações contribuem para a ampliação dos sentidos, num mundo em que cada vez mais é necessário buscar dar sentido à informação. Nestes tempos não basta apenas informar, é preciso envolver o consumidor nas narrativas, estimulando-os a participar da notícia e convidando-os a colocar em prática o conhecimento na sociedade.

O uso da narrativa transmédia pelo jornalismo converge, por vezes, com as aplicações desta forma de narrar pelo entretenimento. Porto e Flores (2012, p. 16) acreditam que o que melhor caracteriza esta forma de narrativa pelos média de informação é que o jornalismo pode aproveitar das estruturas digitais para a construção da realidade narrada. Sendo assim, consideram a participação do público, a interatividade e o dinamismo das redes como elementos importantes para a interpretação participativa da informação. Para os autores, um dos pontos centrais da narrativa transmédia no jornalismo é “a expansão da narrativa a partir da interatividade” (Porto & Flores, 2012, p. 82).



Ao abordarmos a interatividade no jornalismo, a primeira expressão que indica o uso da narrativa transmédia pelos média de informação é a adoção do hipertexto na construção da informação. A junção de *hiperlinks* para construção dos textos informativos pelo jornalismo digital formam um organismo “trans”, com teias de informações que se conectam com diferentes plataformas e linguagens e, desta forma, estrutura a informação para que seja consumida de múltiplas formas. Portanto, o hipertexto abre caminhos alternativos para que o público possa fazer escolhas ao consumir informações de forma não-linear e articulada.

Para Alves (2015), o “hipertexto é essencial na narrativa transmédia pois de forma orgânica e estruturada” funciona como porta de entrada para distintas plataformas de linguagens e dispositivos tecnológicos” (Alves, 2015, p. 31). A autora ressalta ainda que o hipertexto não se trata da transcrição do texto no jornal impresso para o digital. A construção hipertextual da informação estabelece vínculos com segmentos posteriores à informação narrada, abrindo caminhos para a exploração de outros textos externos ao original. Deste modo, permite ao público comparar informações, auxiliando-os na busca por conhecimento através da interpretação dos elementos consolidados no texto.

Alciane Baccin, João Canavilhas e Ivan Satuf (2017) ponderam que a “hipertextualidade, em conjunto com a multimedialidade e a interatividade, facilitam a produção de narrativas convergentes e imersivas que, aliadas à memória e à personalização, permitem ainda incrementar a contextualização dos factos, valorizando elementos que fortalecem as narrativas de aprofundamento” (p. 328). Através do hipertexto, múltiplos elementos de linguagem (som, imagem em movimento, fotografia, cores, o design, animação, etc) fomentam a interação, despertam a atenção, geram compartilhamentos e contribuem para o aprofundamento da informação narrada.

Porto e Flores (2012, p. 16) concordam que a narrativa transmédia no jornalismo está essencialmente no campo da reportagem. Os autores não fazem distinção se em texto ou vídeo, apenas atribui a reportagem ao gênero jornalístico que melhor contempla a narrativa transmédia pelo tempo que a construção desta forma de narrar exige; além da possibilidade de explorar em profundidade cada personagem e outros elementos não-verbais na narrativa. Assim, nas produções transmediáticas o jornalismo abre mão da objetividade para abarcar o universo que as subjetividades podem conceber. A informação é explorada a partir da multiplicação de relatos das

fontes, dos recursos linguísticos e, principalmente, pela participação do público que não é apenas receptor, mas também (co)produtor. Segundo Scolari (2013),

Os consumidores navegam nos mundos narrativos transmídia, aqui e ali eles coletam informações que lhes permitem gerar hipóteses sobre o desenvolvimento da história e mal podem esperar para colocar esse conhecimento à prova. Esse esforço cognitivo-interpretativo deve ser recompensado. O texto transmídia opera como totalidade, cria oportunidades para consumidores em diferentes níveis e o prazer que sua interpretação produz é transversal. Nesse ambiente, o torcedor passa a ser o guardião do mundo narrativo: ele administra boa parte das informações e é o principal evangelista que vai levar a palavra para o confinamento do público (Scolari, 2013, p. 86).

O fotojornalista Kevin Moloney (2011), em sua tese “*Porting Transmedia Storytelling to Journalism*”, faz um levantamento sobre as possíveis características que podem permear a produção do jornalismo transmediático. Os apontamentos de Moloney contribuem para a identificação do uso narrativo por parte dos pesquisadores, mas além disso sintetiza a potencialidade que esta forma de narrativa pode incitar ao ser utilizada pelo jornalismo.

Para o autor, é preciso que a narrativa transmídia no jornalismo priorize a (a) expansão: a história deve ser pensada e elaborada para ser distribuída, tornando-se quase um viral, aproveitando os recursos disponíveis em cada mídia, para que os consumidores sejam instigados a ler, participar, compartilhar e desta forma multiplicar a informação recebida; a (b) exploração: a história deve despertar interesse, curiosidade e possibilitar que o público tenha acesso a informação em profundidade por meio dos detalhes narrativos, ou seja, a história deve ser enriquecida com a maior quantidade de fontes e fatos possíveis, desta forma o público será instigado a participar e a buscar novos desdobramento e a informação terá maior profundidade; (c) continuidade e serialidade: assim como ocorre com as séries da TV, a informação deve ser fragmentada e as histórias devem se multiplicar através dos medias e meios de comunicação. No entanto, este princípio converte-se em um grande desafio para os média de informação, uma vez que, apesar de contar histórias fazendo o uso de diferentes plataformas, muitas notícias jornalísticas trazem informações em tempo real. Sendo assim, é mais difícil prender a atenção do público por meio de uma só notícia, no meio do fluxo noticioso em que o público está inserido.

Também é preciso ter (d) diversidade de pontos de vista: este é, talvez, um dos principais recursos para o desempenho do jornalismo e que deve estar presente na produção da narrativa jornalística transmediática. A multiplicação de vozes, ou seja, o uso de diferentes fontes (não apenas fontes oficiais), além do uso de personagens variados, faz com que a história seja

enriquecida por diferentes olhares sobre o contexto informado. Este recurso também permite que a narrativa seja reconhecida, atraente e se expanda para diferentes públicos que se reconhecem no enredo mediado. (e) Imersão: o caminho para promover a imersão do público está na capacidade de promover uma história envolvente, através da exploração multiplataforma, com vozes múltiplas, além da exploração de narrativas com o uso de diferentes modos de linguagens (verbal e não-verbal) e formas de narrá-las (vídeo, texto, som e imagens). Isso tudo fará com que o público compreenda o impacto da notícia e da informação dentro da sua realidade. (f) Aplicabilidade: corresponde a capacidade do público em compreender o conteúdo produzido pelo jornalista e aplicá-lo na vida cotidiana. Isso ocorre com mais facilidade quando a informação gera empatia e interesse, seja através da reprodução da realidade do público, por meio da democratização do vocabulário ou empatia com personagens, fontes e/ou histórias (e informações) que possam impactar no mundo do consumidor de informação. Portanto quanto mais uma informação é concebida tendo como base as diretrizes transmídia ticas, mais o público se sentirá comprometido com a assimilação da informação. (g) Mundo real: as informações ou histórias produzidas pelo jornalismo correspondem à realidade, o que difere a narrativa jornalística da narrativa ficcional. Entretanto, o mundo real, assim como a ficção, também oferece uma complexidade no ato de narrar, porque toda realidade exige uma complexidade ao contá-la. Desta forma, o desafio de usar o “mundo real” como elemento para a produção da narrativa transmediática no jornalismo está na possibilidade de narrar a complexidade cotidiana também de forma complexa. Isto, mesmo as histórias cotidianas não devem ser contadas pelo jornalismo de maneira simplista. O mundo-real-informativo, ao ser transmediado, torna-se mais interessante e converte-se em convite para imersão na informação. Por fim, o jornalismo deve instigar a (h) inspiração para a ação: o envolvimento provocado pela imersão do público durante o consumo de uma narrativa transmediática, deve envolvê-lo a ponto de ser um estímulo à ação no mundo real. Não se trata apenas de um convite ao consumo de futuras narrativas, mas também um chamado para que o público coloque em prática, por meio da atuação em sociedade, a informação obtida pelos média de comunicação. Afinal, tudo que é lido, assistido, ouvido é assimilado exerce influência na forma como atuamos em sociedade.

### 3.4. Participação do público na construção da inteligência coletiva

A expansão e a democratização da internet transformaram não apenas os média de comunicação e informação, mas também a sociedade de modo geral. O corpo social em diferentes culturas ao redor do mundo passou a se movimentar em torno de uma dinâmica que se desenrola no ciberespaço, através do compartilhamento de informações contínuas e em tempo real na internet.

Maria Assumpta Coimbra (2010) observa que “a revolução tecnológica digital invade a cultura, a sociedade e a vida, influenciando, por sua vez, os seus aspectos e as suas manifestações desde a arte, o desporto, o marketing, a educação e, até, o modo como as ciências se investiga e se propaga” (Coimbra, 2010, p. 53). Nesta linha, acrescenta-se, ainda, que a internet contribuiu para criação de um espaço cibernético, um mundo ciberconectado que se movimenta com a força participativa dos usuários.

Neste ambiente ciberconectado, a narrativa transmídia se desenvolve apoiada na tríade: convergência entre os média, promoção da cultura participativa e a busca pela construção de uma certa inteligência que se desenvolve de forma coletiva. Motivado pelas aspirações do ciberteórico Pierre Lévy, Jenkins (2019) considera que o consumo informativo tornou-se um processo coletivo e desta forma contribui para a construção da inteligência coletiva.

É sabido que uma infinidade de computadores e outros dispositivos tecnológicos formam a rede que permite a troca de experiências entre os usuários em todo o planeta. Os dispositivos tecnológicos, ao convergirem com a internet, encurtaram distâncias entre culturas, diluiu fronteiras e nos colocou numa grande aldeia globalizada (McLuhan, 1995) onde todos podem participar dos processos geradores de informação e conhecimento. Seguindo esta lógica, Jenkins acredita que o que “consolida a cultura participativa não é a posse do conhecimento – que é relativamente estática -, mas o processo social de aquisição do conhecimento – que é dinâmico e participativo...” (Jenkins, 2019. l. 772).

Pierre Lévy (1994), em seu livro “*A inteligência Coletiva: para uma antropologia do ciberespaço*”, apresenta o ciberespaço como um novo espaço para a construção do saber. Para conceber o ciberespaço como um território não-físico, mas que se ocupa de sustentar as novas demandas sociais, o autor faz uso de uma retrospectiva antropológica sobre os espaços de conhecimento que acompanham a humanidade desde o *homo sapiens*. Desta forma, divide os

espaços de acordo como a evolução da humanidade, passando pelo Espaço Terra, Espaço Território, Espaço de Mercado<sup>8</sup> e Espaço do Saber. Este último, que nos é pertinente agora, refere ao espaço construído com base nas redes e plataformas digitais.

Este novo “Espaço do Saber”, como refere Lévy, está sendo construído em tempo real e em simultâneo com a nossa realidade. Isto porque cada vez mais pessoas estão conectadas à internet, enviando diferentes tipos de mensagens, sejam elas vídeos, áudios, imagens... para conhecidos, desconhecidos, de maneira individual ou em grupo. Ainda de acordo com o ciberteórico, este novo espaço que está sendo construído a todo o momento, permitindo a participação de pessoas em qualquer parte do mundo, é determinante para a consolidação da inteligência coletiva.

Neste universo ciberconectado, interativo e colaborativo, a narrativa transmídia encontra terreno fértil para se movimentar e se “apresenta como possibilidade de diálogo entre os conteúdos e entre redes de pessoas e informações” (Alves, 2015, p. 22).

Porto e Flores (2012, p. 14) refletem que ciberespaço alterou a forma como os visitantes das redes acessam os conteúdos - não mais como meros visitantes, mas como usuários-participantes - uma vez que o ambiente digital permite que os usuários possam intervir nas discussões e nos conteúdos, resultando em interatividade. Mais adiante, os investigadores acreditam que as redes digitais, que permitem a participação direta dos usuários nos processos de produção da informação e do conhecimento, é uma característica da sociedade pós-moderna, “que agora quer participar dos processos de comunicação” (Porto & Flores, 2012, p. 14).

Mesmo antes da explosão da internet e das redes de sociabilidade, McLuhan (1995) já ponderava sobre as interferências que a tecnologia havia operado nos seres humanos. Segundo o autor, através da tecnologia elétrica, o ser humano passou a se projetar no mundo de maneira globalizada, no qual a tecnologia possibilita a extensão do indivíduo em escala global. A internet, por sua vez, veio apenas intensificar o processo de globalização que potencializa a troca de informações e conhecimento entre diferentes sociedades e culturas.

Os média de comunicação, entre eles, o rádio e a televisão, foram os primeiros responsáveis pela integração de cada indivíduo nos diálogos sociais. Assuntos nacionais e

---

<sup>8</sup> Segundo Lévy, estes espaços são estruturas que vão se redefinindo e se atualizando ao longo do tempo. O Espaço Terra corresponde a estrutura básica, o Território como primeira parte para o reconhecimento perceptível de um indivíduo e o Espaço de Mercadoria, que é o que vivenciamos hoje, com o acúmulo de bens e o empenho coletivo para produção e consumo de capital.

internacionais puderam ser consumidos sem maiores preocupações. Com o passar do tempo, os mídia de comunicação foram assumindo maior importância, deixando de ser apenas parte do cotidiano, para se tornar uma extensão de cada indivíduo. As notícias transmitidas pelos mídia passaram a fazer parte da vida das pessoas e as informações consumidas foram introduzidas nas relações diárias.

Atualmente, como já observado por Jenkins (2019) e Mittermayer (2017), a cultura da participação é o que mais se contrasta na contemporaneidade em relação aos mídia tradicionais do passado. A quebra da linearidade que classificava e distanciava o produtor do consumidor abriu espaço para a construção pautada pela participação do público na construção das narrativas – do entretenimento ao jornalismo. Mas isso só foi possível graças à revolução digital, responsável por impulsionar a convergência entre os media, o universo computacional e as redes interativas.

Segundo Jenkins (2019, l. 642) e Scolari (2013), a convergência também se manifesta por meio do controle que o público tem em relação aos conteúdos, mas também sobre a possibilidade de exercer controle sobre os próprios mídia.

Por outro lado, se a lógica de participar das narrativas é sinônimo de poder entre os usuários, esta prática também exige uma certa responsabilidade. O conceito de Sociedade em Rede proposto por Manuel Castells (2007, p. 03), explorado em sua obra "*A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura*", consegue explicar a influência que a informação em rede opera na construção das identidades individuais e que impactam na coletividade das sociedades conectadas.

Se em estudos anteriores Castells apontava que a tecnização, a informação e a globalização colocam o conhecimento em posição privilegiada como fonte de valor e poder na sociedade em rede, agora o autor alerta sobre os riscos de uma suposta forma de organização - que está sendo desenhada em tempo real - pode oferecer através do mundo globalizado e ciberconectado. Para o autor, o mundo globalizado pós-moderno possibilita a multiplicação de expressões coletivas poderosas, identidades que ganham força nas redes e são capazes de abalar instituições, colocar em xeque as leis do Estado-Nação e com isso podem abalar a democracia política ao redor do mundo. A justificativa para a premonição de Castells (2007) é que na Era da Informação o poder é descentralizado e caracterizado pela pluralidade de fontes de autoridades, sendo o Estado, que até então representava o poder absoluto, apenas mais uma voz a ecoar nos fluxos informacionais.

Isso quer dizer que o fenômeno da convergência tecnológica e a cultura da participação tem possibilitado a produção e distribuição de informações hipermediáticas em distintas plataformas, onde a produção de informação jornalística se mistura com as “informações” produzidas pelo público, gerando múltiplas formas de consumo e espalhamento em massa de informações e desinformações.

Em sua pesquisa de doutoramento, Coimbra (2010) consente com as concepções de Castell, que define a sociedade contemporânea como a sociedade dos fluxos. Segundo a qual esta “sociedade que passa pelas redes e fluxos, caracterizada por um padrão puramente cultural de organização e de interacção sociais e na qual a informação é um ingrediente chave e o fluir constitui um fio básico” (Coimbra, 2010, p. 33)

Munida de uma abordagem filosófica, Coimbra (2010) ressalta que a internet impõe uma forma de domínio da sociedade, no modo como passamos a viver a vida e a impulsionar uma nova fase na era da informação. Ao mesmo tempo em que representa uma assinalável revolução na comunicação da Humanidade, também interfere na nossa concepção do que é humano. A pesquisadora sugere a importância de questionarmos se o excesso de informação é sinônimo de acesso ao saber, bem como se a facilidade de obter informações impulsionadas pelas tecnologias implica a compreensão dos acontecimentos. “Os avanços científicos e tecnológicos na actualidade impelem-nos para domínios que atingem mudanças radicais na existência pessoal e nas relações intersubjectivas. Implicam outro prisma de análise e incitam mudanças nas nossas categorias interpretativas (Coimbra, p. 2010, p. 89)”.

## CAPÍTULO IV



#### 4. JORNALISMO, PARTICIPAÇÃO E DESINFORMAÇÃO TRANSMEDIÁTICA: HISTÓRICO DAS NARRATIVAS DESINFORMATIVAS NO BRASIL E A PARTICIPAÇÃO DO JOVEM BRASILEIRO

##### 4.1. Manipulação e “*fake news*”: um olhar sobre as narrativas criadas para desinformar

As desinformações são narrativas que buscam prender a atenção e convencer, e por isso, por contar uma história, elas nos atingem. Diante deste elemento que interage com as narrativas informativas contemporâneas, a verdade surge como antídoto nas tomadas de decisões sociais em diferentes esferas, que passam pela política à promoção da saúde pública. Desta forma, compondo o universo ciberconectado que se desenvolve em tempo real, exacerbado pela tecnologia e saturado por diversas narrativas, informação e a desinformação participam da construção de um gigante hipertexto (Lévy, 1994). Esta nova realidade transmediatizada se impõem às sociedades sem que haja qualquer resistência, forçando cada indivíduo a fazer escolhas para construir suas próprias narrativas acerca de determinados assuntos.

Historicamente, os princípios que buscam a “verdade” sempre estiveram presentes nas sociedades - da antiguidade até o momento. Todavia, se a busca pela verdade é objeto de reflexão desde sempre é porque, ao contrário da verdade, existe a mentira. Podemos nos perguntar: mas o que mudou em relação a mentira, na sociedade atual, que se estabelece na era da informação?

Há séculos o uso da mentira foi pensado como algo oposto da verdade, como dois pólos distantes, dois extremos que se repelem e nunca se encontram. Mas o que diferencia a sociedade atual ciberconectada dos primeiros modelos de sociedade na Antiguidade, é que a verdade e a mentira não são opostas. Ao contrário, são elementos que integram o mesmo fluxo narrativo distribuído nas redes de computadores. Desta forma, verdade e mentira se confluem-se, hibridizam-se, emprestam significados umas às outras e circulam lado a lado nas redes digitais.

Emprestando de Bauman o pensamento sobre a liquidez que denotam as relações sociais com o advento da internet, ao aplicarmos as informações e as desinformações que circulam nas redes, percebe-se que a liquidez é o que melhor define o volume de estímulos informativos que nos atingem, sem que tenhamos tempo para consolidá-los em informação reflexiva. Devido ao grande volume de informações recebidas, dificilmente sobra tempo para pensar em cada narrativa antes de ser (re)interpretada e reproduzida.

O aumento e a frequência com que as desinformações passaram a circular nas redes deve-se a inúmeros fatores, dos quais distintos ângulos adotados por diferentes pesquisadores conseguem trazer à luz pontos importantes a serem refletidos. De modo geral, as desinformações aparecem com mais frequência no campo da política ou em pautas que circulam neste universo. Embora a busca pelo poder (mais frequentemente, político, econômico e ideológico) seja a causa mais provável, e que pode justificar em certo ponto o aumento das narrativas produzidas para desinformar, este aumento também pode ser visto com um novo sintoma social.

Ao migrar o debate público da sociedade orgânica - com limite de tempo, participação e espaço físico -, para a sociedade digital, onde fazemos uma extensão do nosso corpo (McLuhan, 1995) e da nossa voz para participar das narrativas, a sociedade redesenhou-se. Neste cenário, a participação do público através da manifestação da opinião e a democratização do ciberespaço como espaço para a produção de conteúdo individual passaram a disputar espaço com a informação produzida pelo jornalismo.

O ambiente ciberconectado presente na era da informação transformou o modelo de sociedade que conhecíamos há duas décadas num modelo no qual a cultura se estabelece pelas relações sociais em rede. O conceito de cibercultura é presenciado como um modelo que resulta da relação entre a sociedade, a cultura e as tecnologias digitais (Coimbra, 2010). Nesta nova tessitura social, a cibercultura propõe a interligação da sociedade com as tecnologias digitais, permitindo que a comunicação individualizada seja potencializada numa comunicação multidirecional, massiva e em tempo real. Deste modo, não existe controle sobre o que é transmitido, seja informação ou desinformação.

Fábio Gallo (2017) acredita que a multiplicação de notícias falsas é impulsionada pelos avanços tecnológicos que, ao mesmo tempo em que contribui com a democratização da informação, oferece riscos ao unir o anonimato com a disseminação em massa. Segundo o autor, atualmente qualquer pessoa ou grupo tem o poder de espalhar informações e não ser identificado (Gallo, 2017, p. 82), fator que influencia também na dificuldade de identificar e punir os produtores de desinformações nas redes.

Para João Paulo Meneses (2018), as mentiras e boatos sempre existiram, mas uma das técnicas mais utilizadas para construir uma desinformação é integrar elementos reais/verdadeiros (nomes, locais, fotos, notícias anteriores, áudios, etc) com a mentira (Meneses, 2018, p. 47). O pesquisador é enfático ao afirmar que é a internet é quem cria as *fake news* pela facilidade de ser

publicada nas redes (qualquer pessoa com celular e internet pode publicar uma desinformação), pela ausência de regulamentação do ciberespaço (quais regras, leis e punições são aplicáveis à internet?), pela abundância de recursos informacionais (o mundo todo está conectado à internet e tudo o que publicamos e compartilhamos gera mais e mais informações), pela facilidade de diluir o que é verdade e o que é mentira (qualquer pessoa pode manipular um texto, um vídeo ou uma foto e existem milhares de sites e aplicativos para este fim) e, por fim, pela facilidade que a internet apresenta em obter recursos financeiros com publicidade (pensemos na quantidade de *youtubers* que existe atualmente e o quanto eles faturam com a venda de informações e experiências pessoais) (Meneses, 2018, p. 48).

Segundo Caroline Delmazo e Jonas Valente (2017), apesar das informações produzidas com elementos de inverdades - ou mesmo mentiras – serem um fenômeno antigo, a disseminação massiva nas redes sociais e a cultura da partilha e da participação colocaram a desinformação em um novo patamar. Esta prática tornou-se um problema mundial pela capacidade que estas narrativas têm de influenciar pessoas, sistemas políticos, principalmente nos processos eleitorais, além de contribuir de forma expressiva para a polarização política. Paralelamente, o jornalismo mundial se viu diante da crescente perda de credibilidade pela dificuldade que existe no público em identificar de forma clara o que é informação de cunho jornalístico e o que é desinformação fabricada com o intuito de confundir, enganar e promover interesses de empresas e políticos.

Edson Tandoc, Zheng Lim e Richard Ling (2018) associam as desinformações como uma espécie de “click bit”, ou seja, uma forma de isca que serve para capturar a atenção e promover a mobilização do público. Para os autores,

Duas motivações principais são a base da produção de notícias falsas: financeiras e ideológicas. Por um lado, histórias ultrajantes e falsas que se tornam virais – precisamente porque são ultrajantes - fornecem aos produtores de conteúdo cliques que são convertíveis em receita de publicidade. Por outro lado, outros provedores de notícias falsas, produzem notícias falsas para promover ideias particulares ou pessoas que eles favorecem, muitas vezes desacreditando outras pessoas (Tandoc et al., 2018, p. 2).

O fato é que desde 2017 a palavra “*fake news*” começou a circular nos mídia e passou a fazer parte do vocabulário de diferentes sociedades ao redor do mundo. Neste ano, a expressão foi amplamente utilizada durante a campanha de Donald Trump à presidência dos EUA e alcançou

*status* de palavra mais utilizada do ano, além de um lugar no dicionário britânico *Collins*.<sup>9</sup> No ano seguinte, em 2018, o combate à desinformação ganhou um aliado reconhecido mundialmente.

Durante a 52<sup>a</sup> Dia Mundial das Comunicações Sociais<sup>10</sup>, o Papa Francisco se posicionou sobre o assunto, tamanha proporção que a desinformação passou a tomar pelo mundo. Ao apontar a comunicação como uma modalidade essencial à vida, sendo responsável por elevar a capacidade de expressão humana; estimular a experimentação e interpretação do mundo para a construção do conhecimento, o Pontífice alerta que as desinformações se baseiam em informações infundadas, dados distorcidos e operam com o intuito de enganar e manipular destinatários ao atenderem interesses específicos.

A eficácia das fake news fica-se a dever, em primeiro lugar, à sua natureza mimética, ou seja, à capacidade de se apresentar como plausíveis. Falsas, mas verosímeis, tais notícias são capciosas, no sentido que se mostram hábeis a capturar a atenção dos destinatários, apoiando-se sobre estereótipos e preconceitos generalizados no seio dum certo tecido social, explorando emoções imediatas e fáceis de suscitar como a ansiedade, o desprezo, a ira e a frustração. A sua difusão pode contar com um uso manipulador das redes sociais e das lógicas que subjazem ao seu funcionamento: assim os conteúdos, embora desprovidos de fundamento, ganham tal visibilidade que os próprios desmentidos categorizados dificilmente conseguem circunscrever os seus danos (Boletim da Santa Sé, Vaticano, 2018).

O documento do Vaticano indica a dificuldade que existe em separar a verdade da mentira, já que a desinformação é pensada, projetada e construída para parecer verdadeira. Tais desinformações são idealizadas para exercerem uma certa transmedialidade narrativa, uma vez que são planejadas para mobilizarem o maior número de pessoas. O apelo emocional é usado em demasia com o intuito de atingir diferentes públicos e de modo a despertar reações em cadeia através das partilhas e das manifestações públicas na rede.

Além de dividir espaço com a informação, as desinformações colocam o jornalismo em posição de perda da credibilidade num cenário em que as manipulações surgem como uma demanda mercadológica (Holiday, 2012), que faz uso da internet e das redes sociais para vender inverdades e questionar os processos de manipulações feitas pelo jornalismo durante a construção da informação. Ao deslegitimar as narrativas produzidas pelos profissionais e instituições que

---

<sup>9</sup> Disponível em: <https://veja.abril.com.br/mundo/fake-news-e-eleita-palavra-do-ano-por-dicionario-collins/>

<sup>10</sup> Disponível em: <https://noticias.cancaonova.com/especiais/pontificado/francisco/mensagem-papa-para-o-52o-dia-mundial-das-comunicacoes-sociais/>

produzem informação, os criadores de desinformações consolidam-se como uma “opção a mais” em meios ao caos que eles provocam.

Ao refletir sobre os padrões de manipulação no jornalismo brasileiro, Rogério Chistofolletti (2018) refere que as *fake news* não são apenas notícias falsas, mas (des) informações plantadas e cultivadas com o intuito de confundir, desorientar e enganar. Segundo relata, estas “informações” tornam-se virais através de indivíduos desinformados, desinteressados ou por sistemas automatizados, a exemplos dos *bots* e algoritmos (Chistofolletti, 2018, p. 62).

No Brasil, o termo *fake news* se popularizou e a banalização do conceito transformou a pauta em “lugar-comum” nas redes, minimizando os riscos que a desinformação pode estabelecer numa sociedade. A palavra virou *hit* musical em diversos gêneros, passando a integrar mais o universo do entretenimento e menos os ambientes escolares, em forma de debate. Descrita como “notícias falsas” (em tradução para o português), pesquisadores passaram a lançar um olhar mais crítico em relação ao conceito, já que a ideia do que é notícia está mais ligada a um produto do jornalismo resultante da prática jornalística.

Para Fontcuberta (1999), a notícia é um conceito aberto que integra todos os processos jornalísticos resultantes de uma manipulação. Assim, a notícia enquanto produto final do jornalismo passa por processos de checagem e apuração dos fatos que, segundo a autora, mais do que obedecer aos critérios técnicos, se compromete com os ideais éticos da profissão. Portanto, apesar da notícia ser resultante de um processo de manipulação do jornalista (é o jornalista quem escolhe o ângulo da pauta; quem conta a história é quem seleciona os dados a serem explorados), o comprometimento profissional é estabelecido por padrões éticos e deontológicos da profissão.

Segundo Chistofolletti (2018),

A manipulação da informação é um conceito complexo, apesar de ser uma ideia largamente aceita e disseminada. Se na área da farmacologia, manipular substâncias para produzir medicamentos é um gesto intrínseco e necessário, afirmar que alguém manipulou dados e informações no campo da comunicação quase sempre tem caráter pejorativo. Isso porque manipulação seria ao mesmo tempo operar em algo, interferir na sua integridade e afetar o seu fluxo natural. Manipular uma notícia é distorcer, não ser fiel ao fato de origem, enganar, omitir, inverter, mentir (Chistofolletti, 2018, pg. 59).

Sendo assim, não existe uma notícia falsa, mas sim desinformação. Pensando nas dubiedades que recaem sobre a noção da manipulação, Meneses (2018) adverte sobre a importância de se distinguir o que são *fake news*, enquanto prática de manipulação dos fatos para

a produção de desinformação, das notícias falsas, como uma prática que incide sobre o jornalismo e sobre a atividade jornalística. Para o autor, *fake news* é “um documento deliberadamente falso, publicado online, com o objetivo de manipular consumidor” (Meneses, 2018, p. 47).

Em seu estudo, o profissional acredita ser necessário definir o que é notícia (informação) e o que é *fake news* (desinformação), pois esta identificação minimiza os riscos da perda de credibilidade para o jornalismo e para a informação, já que ambos, informação e desinformação, dividem o mesmo espaço nas redes e uma vez que a internet é o principal meio de criação e propagação de desinformações.

Ao debruçar-se sobre os padrões de manipulação na produção das desinformações, Fontcuberta (1999) busca sistematizar essas “notícias” em três categorias, e desta forma amplia a nossa concepção sobre as formas como este tipo de conteúdo pode ser relacionado. Para a pesquisadora, a tríade se estabelece em

notícia inventada: que são as notícias construídas a partir de elementos, declarações, hipóteses, etc., que na realidade não existem ou não têm confirmação posterior por parte dos meios; notícias falsas: são as notícias elaboradas com elementos apresentados como verdadeiros e que acabam por se verificar falsos, sendo posteriormente reconhecidos como tal. O erro pode ser originado por uma informação insuficiente, uma interpretação incorrecta dos elementos disponíveis por parte do jornalista ou uma deliberada atitude de desinformação por parte do emissor ou das fontes de notícia; notícias espetaculares: são as notícias construídas sobre hipóteses não comprovadas ou rumores não confirmados (Fontcuberta, 1999, p. 23).

Por fim, torna-se necessário definir também os limites que permeiam a definição da manipulação ao comparar a informação jornalística a outros conteúdos desinformativos. Manipular algo costuma exprimir a ideia de coagir, induzir, controlar e fazer com que os integrantes sociais passem a fazer algo segundo interesses, muitas vezes capturados por apelos emocionais. Neste processo, Chistofolletti (2018) acredita ser preciso reconhecer que a manipulação no jornalismo é um processo que ocorre na etapa da produção através da seleção dos dados e da determinação dos elementos que irão compor a narrativa jornalística.

Embora reconheça que neste processo o subjetivismo do jornalista pode “contaminar as decisões” dos sujeitos em sociedade, o autor acredita que os “critérios jornalísticos mais nítidos e transparentes tendem a encolher o perigoso terreno das individualidades (Chistofolletti, 2018, p. 60).

## 4.2. Desinformações como protagonista nos média e o desafio para o jornalismo contemporâneo

Desde que as redes digitais passaram a desempenhar a função de mídia de comunicação, tornando-se o principal meio culturalmente utilizado para obtenção da informação, a sociedade passou a participar de maneira hipercomplexa das narrativas disponíveis nas redes. O volume surpreendente de informações recebidas constitui o fluxo informativo (Castell, 2007) aos quais somos submetidos diariamente e sem qualquer resistência. Mesmo que não tenhamos uma iniciativa na busca por informações, estas nos chegam de diferentes formas, mas principalmente pelos dispositivos digitais, com destaque para *os smartphones e redes sociais*. Em um dia conectado à internet, qualquer indivíduo do século XXI é exposto a uma quantidade absurda de estímulos (des)informativos que um camponês do século XVII jamais imaginaria ter acesso em toda sua existência.

Uma pesquisa conduzida pelo Centro de Tecnologia de Informação Aplicada da FGV<sup>11</sup>, em sua 31ª edição, apontou que em junho de 2020 o Brasil tinha mais de 424 milhões de dispositivos digitais em uso, considerando os computadores, *smartphones* e tablets - os *smartphones* sozinhos somavam mais 234 milhões de aparelhos – número superior à população brasileira. Antes da cultura digital, o computador já indicava a velocidade e a potencialidade existente no consumo de informações ao sair do modo “*off-line*” para “*online*”, mas ao adentrar a vida social, principalmente através dos dispositivos portáteis com acesso à internet (fixa ou móvel), passamos a estar sempre *online* para todas as formas de narrativas.

Chris Anderson (2006) acredita que o crescimento cada vez maior da internet, acompanhado da democratização dos dispositivos tecnológicos, foram responsáveis pela popularização das ferramentas de edição e dos espaços de produção de conteúdos. A popularização dos dispositivos tecnológicos e a acessibilidade aos sistemas de edição possibilitaram a edição das realidades narradas em tempo real.

Diferentes sistemas operacionais - dos quais destacam-se os mais populares: IOS (Apple), Windows (Microsoft) e Android (Google) – disponibiliza de maneira fácil o acesso à manipulação dos conteúdos para os usuários. Aplicativos de edição de vídeos, áudios, imagens, texto... passaram a ser oferecidos aos usuários para que estes pudessem produzir seu próprio conteúdo multimídia ou reproduzir conteúdos de terceiros de forma editada para serem reintegrados à

---

<sup>11</sup> Pesquisa disponível em: <https://portal.fgv.br/noticias/brasil-tem-424-milhoes-dispositivos-digitais-uso-revela-31a-pesquisa-anual-fgvcia>

internet. Mas isso foi possível graças aos avanços que tornaram os dispositivos tecnológicos, como é o caso do celular, cada vez mais inteligentes e multifuncionais.

As câmeras de vídeo digitais e os softwares de edição (parte integrante do Windows e do sistema operacional dos Macs) estão colocando essas novas ferramentas nas mãos de todos os cineastas domésticos — algo antes reservado apenas para profissionais. Em seguida, vem a palavra escrita, sempre na vanguarda do igualitarismo. Embora tenha sido a fotocopiadora que primeiro desmentiu o aforismo de que "o poder da imprensa só beneficia os donos", foram os blogs (abreviação de weblóg) que desencadearam a renascença da editoração amadora. Hoje, milhões de pessoas lançam publicações diárias para um público que, no conjunto, é maior que o de qualquer veículo da grande mídia. Por sua vez, os blogs são consequência da democratização das ferramentas: o advento de softwares e de serviços simples e baratos que facilitam a tal ponto a editoração on-line que ela se torna acessível a todos. (Anderson, 2006, p.45)

As mudanças causadas pela democratização tecnológica aliada à popularização da internet foram responsáveis pelas alterações assistidas no movimento social que emerge da cultura da participação (Jenkins, 2019). Atualmente, assistimos a necessidade que habita no público em participar das narrativas que circulam nas redes digitais. Basta abrir o site de um jornal, acompanhar uma notícia compartilhada nas redes sociais, abrir um blog de notícias... para contemplar a enxurrada de opiniões emitidas acerca de determinados assuntos. Texto, colagens digitais, vídeos editados, memes, imagens editadas com múltiplos modos de linguagens, etc, passaram a ser construídas e replicadas pelo público como forma de opinião e necessidade de participação nas redes.

Embora seja importante reconhecer a participação do público nas narrativas que circulam nos média, torna-se necessário compreender que a democratização da comunicação traz à tona uma quantidade exorbitante de narrativas descomprometidas com critérios éticos. Informações produzidas sem nexos e sem autoria, e que mesmo assim conseguem ter alcance global (Ramonet, 2012, p. 10), passando a disputar espaços nos média de comunicação e informação.

O que ocorre, é que se por lado a profusão de opiniões age de forma saudável como elemento da liberdade de expressão e promoção do debate, por outro lado ela pode contribuir para a disseminação de falsas verdades, já que não existe controle sobre os conteúdos repercutidos pelo público. Isso implica também a seguinte questão: enquanto a informação produzida pelo jornalismo é pautada pelos princípios éticos da profissão, quais princípios éticos regem as opiniões ou conteúdos emitidos pelo público?



É neste cenário caótico que as hibridizações narrativas ocorrem e as desinformações ganham espaço nas redes, colocando os média de informação em alerta constante. Com isso, empresas de comunicação passaram a não apenas informar sobre determinados assuntos, mas também a desmentir “informações” desenvolvidas e substanciadas sobretudo pela força da internet. Todas essas mudanças propostas pelas novas tecnologias e pela cultura da participação, responsáveis por viabilizar a presença massiva do público, fez com que o jornalismo perdesse o monopólio da produção e distribuição da informação (Spinelli & Santos, 2018). Desta maneira, novos personagens passaram a disputar o espaço de produção da informação, “processo em que cada cidadão se torna criador de conteúdo” (Spinelli & Santos, 2018, p. 10) e desta forma pode compartilhar conteúdo próprio ou (re)produzido material elaborado por terceiros.

Em seu estudo, “*O persistente mundo da pós-verdade*”, Gallo (2017) consente com a ideia de que a liberdade de expressão se manifesta pela profusão de diversos pontos de vista que denotam posicionamentos e opiniões variadas. Contudo, o pesquisador reforça a noção de que a credibilidade deve ser o fio condutor na busca por informações, principalmente quando estas são coletadas na internet. Para Gallo,

A profusão de opiniões faz parte do jogo da liberdade de expressão. Mas há uma diferença crucial entre esse tipo de informação e as notícias, especialmente aquelas coletadas, analisadas, conferidas e divulgadas por meios de comunicação idôneos. E a diferença é justamente a credibilidade. A construção da credibilidade é um processo custoso e frágil. Cada pedra exige tempo e esforço para ser colocada na pirâmide da reputação; quando se retiram algumas, porém, a construção inteira pode cair em poucos instantes. (Gallo, 2017, p. 83)

Ainda que a credibilidade seja um fator que pode garantir a segurança do público quanto ao consumo de informações válidas, contribuindo para que este possa construir sua narrativa pessoal com princípios da verdade, a identificação da credibilidade torna-se também um desafio para grande parte do público nas redes. Isso ocorre porque a credibilidade é construída sobre o histórico do veículo e do profissional que produz a informação, bem como os critérios éticos e estéticos inerentes aos produtos produzidos pelo jornalismo.

Recorrendo novamente às ponderações de Gallo (2017), esta dificuldade existe por parte do público porque qualquer pessoa atualmente pode criar uma página na internet (seja um blogue, microblog ou um site) e produzir conteúdo simulando narrativa jornalística. “Em seu aspecto mais ‘puro’, as notícias falsas são mentiras disseminadas com linguajar jornalístico e aparecem em

sites com nomes inventados, mas que soam como meios de comunicação legítimos (Gallo, 2017, p. 84).

Como mencionado, o protagonismo que a desinformação passou a exibir nos média pode afetar a disputa pelo espaço com a informação jornalística. Mas, além disso, elas podem contribuir de forma sistêmica com a erosão da teia informativa que sustenta o debate social, já que nenhuma sociedade é capaz de avançar em diversas esferas sem que haja informação e, portanto, conhecimento. Num momento em que se questiona a contribuição do jornalismo ao redor do mundo enquanto formador da crítica social, a educação para os média pode ser o caminho para que o público possa discernir o que é verdade do que é mentira (Silva, 2019, p. 07), bem como sobre o que é jornalismo e o que é desinformação.

#### **4.3. Recorte sobre a participação dos jovens nas redes: hibridizações narrativas nas manifestações de Junho de 2013**

A “Jornada de Junho de 2013”, manifestação histórica que aconteceu no Brasil há quase uma década, impulsionada principalmente pelas redes sociais, introduziu na história do país um alerta sobre a capacidade que as redes digitais têm de interferir, potencializar, ampliar e dissimular as narrativas que nos cercam. Impulsionada pelo Movimento Passe Livre (MPL), Junho de 2013 evidencia também a quebra do monopólio informativo que existia no Brasil, nos quais eram protagonistas os tradicionais média de informação: a televisão, o rádio e o jornal impresso. A manifestação é responsável por integrar os média alternativos, as redes digitais e de sociabilidade, além dos média tradicionais, na cobertura do evento que se transformou numa grande cobertura transmediática (Massarolo & Pandovani, 2019).

As manifestações populares ocorridas em junho de 2013 reescreveram a participação do público no debate social e político no país. Na altura, inseriu as redes digitais como principal ambiente para articulação e mobilização social, mas também como meio para obtenção de informações. O movimento inspirado na Primavera Árabe, onda revolucionária que resultou em manifestações e protestos no Oriente Médio e no norte da África em 2010, abriu espaço para que os jovens pudessem se manifestar a partir da construção de uma narrativa iniciada primariamente nas redes de sociabilidade. Não obstante, a data abriu caminho para que um novo elemento passasse a dividir espaço na sociedade e nos média de informação: a desinformação.

Daniel Bustamante Teixeira (2018), em seu artigo *“As Jornadas de Junho de 2013 e a crise da democracia”*<sup>12</sup>, descreve o mês como um período em que “milhões de pessoas ocuparam as redes e as ruas naqueles dias” (Bustamante, 2018, s/p). Teixeira relembra a data como um movimento que começou com poucos milhares de estudantes ocupando as narrativas nas redes de sociabilidade e nos espaços públicos contra o aumento da passagem de ônibus (R\$ 0,20 centavos à época). Iniciado nas principais capitais do Brasil, o evento logo transformou-se em uma das maiores manifestações de rua na história contemporânea do Brasil.

A manifestação de junho de 2013 está inserida na história do país, e nesta pesquisa não vamos abordá-la com profundidade, mas utilizá-la como ponto de partida para refletirmos sobre três elementos que, desde então, passaram a integrar o cotidiano brasileiro: (1) o uso das redes digitais como potencializador da participação em massa; (2) a participação dos jovens no debate social impulsionados pelas narrativas digitais e a (3) cobertura transmídia protagonizada pelo público e pelos média, em tempo real, promovendo informação e desinformação em simultâneo com as manifestações políticas.

Respectivamente sobre a atuação dos jovens nos debates sociais, historicamente existem alguns pensamentos pré-concebidos com base no senso comum que distancia os jovens das pautas políticas, como também coloca obstáculos em relação aos seus interesses para com as informações produzidas pelo jornalismo. Podemos citar, por exemplo, a ideia de que os jovens não se interessam por ler jornais, assistir telejornais e ler conteúdos jornalísticos que circulam na internet.

Nesta perspectiva, junho de 2013 rompe com a passividade sentenciada aos jovens brasileiros desde a redemocratização do país em meados dos anos de 1990<sup>13</sup>. Assim, coloca-os como ponto central na participação das narrativas informativas que circulam nas redes e, a partir disso, reforça as plataformas digitais e as redes sociais como novos meios pelos quais os jovens participam dos debates sociais e das informações que circulam nos média contemporâneos. Desde então, podemos considerar que a forma como os jovens passaram a participar e a se posicionar nos debates sociais não partem apenas das informações gestadas e refletidas no

---

<sup>12</sup> Artigo disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/78-noticias/580737-as-jornadas-de-junho-de-2013-e-a-criese-da-democracia>

<sup>13</sup> Em 1992, o movimento estudantil “caras-pintadas” levou milhares de jovens às ruas para pedir o impeachment do presidente do Brasil à época, Fernando Collor de Mello.

ambiente familiar, mas em certa medida também através das informações que chegam até eles pelas redes de sociabilidade.

Maria José Brites (2015) acredita que “o papel dos adultos, e, sobretudo dos familiares próximos, parece ser uma força relevante (embora não isolada) para impulsionar as vontades [dos jovens] de pensar a política e de consumir notícias. Este elemento a que chamamos capital cívico está sobretudo dependente do empenho familiar e social no interesse pelas notícias e pela política (em sentido lato) mais do que de capitais econômicos” (Brites, 2015, p. 09). Entretanto, mais adiante, a pesquisadora aponta que “o reforço do interesse pelas notícias e pela participação [dos jovens] está muito dependente dos interesses pessoais e da força que encontram nos meios em que se movimentam (Brites, 2015, *ibid*)”.

Portanto, depois do ambiente familiar, o meio onde os jovens circulam exercem influência na forma como estes se posicionam em sociedade através das narrativas que chegam até eles. Considerando que as redes digitais e de sociabilidade correspondem ao “não-espço” onde os jovens frequentemente se relacionam, estudam, pesquisam e se deparam com informações e desinformações variadas, é possível vislumbrar o tamanho do abismo que a falta de literacia mediática pode indicar em relação ao volume de narrativas encontradas nas redes.

Durante as manifestações de junho de 2013 no Brasil, as redes sociais como Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, etc, fizeram parte da cobertura das manifestações em tempo real. Massarolo e Pandovani (2019) acreditam que as plataformas digitais foram responsáveis por transformar as manifestações de 2013 em um grande discurso transmediático. Isso foi possível graças às trocas de conteúdos produzidos pelos mídia e pelos cidadãos que participavam dos atos. “Um grande fluxo de participação entre midiativistas e a grande mídia em torno de uma mesma narrativa, em que cada plataforma concedia em seus conteúdos uma contribuição para melhor compreensão dos acontecimentos” (Massarolo & Pandovani, 2019, p. 310).

Coincidentemente neste mesmo ano o Facebook havia se tornado a rede social mais acessada pelos dispositivos móveis em relação aos computadores, superando a marca de 100 milhões de novos usuários em apenas um mês. Francisco Bosco (2018), em uma análise sobre as manifestações de 2013 publicada na Folha de São Paulo<sup>14</sup>, descreve este período em que as

---

<sup>14</sup> Artigo completo disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2018/06/junho-de-13-foi-de-sonho-democratico-a-pesadelo-autoritario-diz-bosco.shtml>

redes sociais passaram a exercer influência nas narrativas informativas que passaram a circular no país:

As pessoas foram para as ruas. As redes sociais digitais haviam se consolidado como uma vasta mídia (e metamídia), contando já àquela altura com dezenas de milhões de usuários no Brasil. Sua natureza de autocomunicação fez surgir nelas um novo espaço público marcado pela polarização e pela explicitação de todas as tensões (Bosco, 2018, s/p).

Na ocasião, apesar do movimento em prol da redução das passagens de ônibus ter sido o ponto de partida para a união dos estudantes que se organizaram pelas redes sociais, outras narrativas passaram a integrar o universo da manifestação. As sobreposições de narrativas, a saturação de informações e desinformações nos mídia tradicionais e digitais protagonizaram o caos informativo que fez a narrativa inicial se perder. Bustamante (2018) escreve que as primeiras manifestações contra o aumento da passagem em São Paulo, Rio de Janeiro, Natal e Porto Alegre em 06 de junho - reunindo poucos manifestantes convocados pelas redes sociais, através de coletivos comprometidos - foram válidas. Sendo assim, num primeiro momento, os protestos contra o aumento na tarifa de ônibus se apresentavam com um debate relevante sobre o passe livre. Contudo, num segundo momento, o autor acredita que

Após os episódios marcantes de violência policial e da entrada em cena dos midiativismos – que se mostraram capazes de contrariar com imagens e vídeos postados ao vivo a narrativa que se tentava imprimir pela mídia tradicional -, os protestos passaram a ter uma dimensão ampliada (*“Não é mais sobre os vinte centavos?”*). Já não havia um centro nem um representante, e os cartazes e faixas multiplicavam-se nas ruas, contra a corrupção, em favor do SUS e da educação pública (*“Enfia esses 20 centavos no SUS*), pela radicalização da democracia, e chegando ao limite de contrariar o grande símbolo nacional do futebol nos gritos e cartazes de *“Não Vai ter Copa”* (Bustamante, 2018).

As manifestações de 2013 exemplificam o quanto a velocidade e a intensidade das informações em rede contribuem para que haja hibridizações dos discursos, de modo que os interesses sociais se perdem a ponto de validar outras narrativas. O uso das plataformas digitais como espaço para a criação de narrativas coletivas, que por sua vez disputavam lugar com a informação jornalística, em certa medida também foram responsáveis por colocar o debate social em situação de vulnerabilidade. Desta maneira, a desinformação surge como elemento capaz de driblar os interesses primários e impulsionar outros discursos com a força da participação pública.

Massarolo e Pandovani (2019) consentem com a pesquisa de Mariana Valente na qual relata que durante as manifestações de 2013, grupos conservadores passaram a adotar

comportamentos multiplataforma. Na altura, membros formados por ativistas com diferentes reivindicações passaram a se articular coordenadamente em grupos pelo WhatsApp e outras redes sociais, como o Facebook e Youtube, com intuito de idealizar novas narrativas que pudessem compor as manifestações. Oposicionistas do governo do PT à época, movimentos liberais como “Vem pra Rua”, “Movimento Brasil Livre”, “O Gigante Acordou” e outros coletivos passaram a surfar nas ondas do ativismo digital nascido neste período. Desde então, as redes sociais (Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram...) embora sejam espaços privados, tornaram-se palco para elaboração de estratégias narrativas com intuito de ganhar alcance global.

Passados quase dez anos, Junho de 2013, conhecido como “o mês que não terminou”, deixou este legado em que a utilização das redes interativas é responsável pela estruturação e espalhamento das desinformações diluídas nas narrativas informativas.

#### **4.4. Democracia em crise: onda de desinformação do impeachment à eleição do Bolsonaro**

Ao pesquisarem sobre a *Polarização e a desinformação online no Brasil*, Pablo Ortellado e Marcio Moretto Ribeiro (2018) escrevem que a massificação do acesso à internet no Brasil e a polarização dos discursos que a rede possibilita são responsáveis por produzir informações que dividem o debate político em dois polos (direita e esquerda). A partir disso, são criadas informações que corroboram com as crenças individuais dos usuários que se sentem representados por cada polo. Para os autores, “produzir este tipo de conteúdo – verdadeiro ou não – tem um grande potencial de atração de audiência seja com a intenção de convencimento ou de monetização” (Ortellado & Ribeiro, 2018, p. 01).

Factualmente, a partir das manifestações de 2013, as desinformações passaram a integrar o cotidiano dos média e a conviver diariamente com cidadãos brasileiros. A convergência entre as tecnologias digitais da informação e os discursos desinformativos que circulam à política brasileira desde então, contribuíram para a formação de um ambiente social caótico e polarizado. Junho de 2013 não inventou a desinformação. Por outro lado, a partir deste recorte de tempo, observa-se o quanto o uso da desinformação como uma forma de narrativa que apela para emoção foi ganhando força através das redes sociais e das tecnologias digitais no país. Além disso, este período também indica a relevância que os jovens brasileiros exercem na política e o quanto a sua

participação nos debates sociais implica o domínio de novas literacias, tanto para os média, quanto para o jornalismo.

Segundo Ortellado e Ribeiro (2018), o uso das desinformações enquanto uma técnica que serve propósitos políticos não é algo novo. Apesar disso, os autores acreditam que o que diferencia na atualidade é a centralidade da comunicação digital e o uso dos média sociais para a propagação das desinformações.

O caráter descentralizado e participativo dessas mídias modifica a dinâmica característica da comunicação de massa (Castells, 2016, 103-119), requerendo o envolvimento e o engajamento de uma esfera pública ativa para que as mensagens sejam distribuídas. Por esse motivo, o desafio nesta área é necessariamente duplo: por um lado, desfazer a polarização da esfera pública que divide a sociedade civil em dois campos antagônicos ultraengajados e intolerantes; por outro, anular as ações maliciosas dos agentes políticos que exploram essa polarização moldando a opinião por meio de notícias hiperpartidárias e forjando ondas artificiais de opinião por meio de contas falsas e robôs (Ortellado & Ribeiro, 2018, p. 03).

Pouco mais de três anos após as manifestações de 2013, e da onda de desinformação neste período, em 2016 o Brasil assistiu ao impeachment da ex-presidente Dilma Roussef. O processo de cassação do mandato de Dilma transformou a pauta numa espetacularização mediática através de uma enxurrada de informações e desinformações que brotavam dos média tradicionais e dos média sociais.

De acordo com levantamento do Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas de Acesso à informação da USP, liderado por Ortellado e Ribeiro, na semana do impeachment da ex-presidente Dilma Roussef, três das cinco notícias mais compartilhadas no Facebook foram catalogadas como falsas. À altura, a pesquisa analisou o desempenho de 8.290 reportagens publicadas em 117 jornais, revistas, blogs e sites de notícias entre os dias 12 e 16 de abril de 2016 (Senra, 2017)<sup>15</sup>.

Dois anos depois, em 2018, o uso das plataformas digitais de sociabilidade, mais precisamente o WhatsApp, foram responsáveis pela disseminação de desinformação nas eleições à presidência do Brasil. Segundo Tai Nalon, diretora da plataforma de checagem Aos Fatos, em entrevista à Almudena Barragán, a medida que a campanha presidencial no país ia chegando a sua reta final, cresciam os boatos e as informações fabricadas com o intuito de atingir o candidato da oposição Fernando Haddad (Barragán, 2018)<sup>16</sup>. Na ocasião, em outubro de 2018, como pontua

---

<sup>15</sup> Artigo completo disponível em: [https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/04/160417\\_noticias\\_falsas\\_redes\\_brasil\\_fd](https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/04/160417_noticias_falsas_redes_brasil_fd)

<sup>16</sup> Artigo completo disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/18/actualidad/1539847547\\_146583.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/18/actualidad/1539847547_146583.html)

Barragán, o WhatsApp contemplava 120 milhões de brasileiros. Ou seja, seis em cada 10 brasileiros fizeram uso da aplicação durante as eleições que elegeram Jair Messias Bolsonaro.

Embora saibamos que o uso da desinformação como elemento narrativo faça parte da política brasileira, é a partir das eleições presidenciais no Brasil em 2018 que o termo ganhou popularidade. E qualquer um que teve acesso à internet, principalmente acesso às redes sociais neste período, deve ter tido contato com alguma desinformação ou com discussões sobre *fake news*. Após a eleição de Bolsonaro à presidência da República, um estudo organizado e divulgado pela Avaaz no período apontou que 98,21% dos eleitores do representante eleito foram expostos a uma ou mais de uma notícia falsa. Sendo que 89,77% acreditaram que as desinformações divulgadas eram verdadeiras (Pasquini, 2018).

Inaiara de Lima Ferreira e Naiara Sandi de Almeida Alcantara (2020), que integram o Grupo de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública da Universidade Federal do Paraná, buscaram identificar o quão determinante foi o uso de desinformações para o desempenho dos candidatos Fernando Haddad (PT) e Jair Messias Bolsonaro (à época no PSL) à presidência do Brasil. No levantamento, as pesquisadoras avaliaram a amostra de 202 checagens de *fake news* coletadas por três das maiores agências de *fact-checking* no Brasil, entre março e outubro de 2018.

Apesar do volume da amostra não contribuir para um estudo representativo, o material coletado contribui para a elucidação sobre o quanto a desinformação foi utilizada como artifício na disputa eleitoral. Segundo a pesquisa, 87% das desinformações avaliadas no período beneficiaram Bolsonaro, contra 27,80% em relação a Haddad. Para as autoras, os dois candidatos podem ter sido beneficiados com *fake news*, “mas a quantidade de material visando o benefício do então candidato Bolsonaro são significativamente maiores” (Ferreira & Alcântara, 2020)<sup>17</sup>.

A crescente narrativa desinformativa que emana há quase uma década das redes digitais no Brasil pode ter exercido influência nos processos políticos e nos resultados eleitorais. E o uso da desinformação como uma forma narrativa, aliada à potencialidade tecnológica, pode estar contribuindo com a manutenção de poderes – políticos ou empresariais - que visam controlar outros discursos que são de fato caros e relevantes à sociedade. Diante dos fatos, a frequência com que as desinformações aparecem na política contemporânea busca, senão, disputar espaços

---

<sup>17</sup> Pesquisa completa disponível no site: <http://www.cpop.ufpr.br/portal/eleicoes-2018-a-relacao-entre-fake-news-e-os-candidatos-jair-bolsonaro-e-fernando-haddad/>



com a informação jornalística e, ao passo que descredibiliza oponentes, também o faz com a informação e com o jornalismo.

A exemplo do poder que desinformação pode incitar num cenário político, recorro à desinformação mais compartilhada nas redes sociais nas últimas semanas das eleições brasileiras em 2018: “o kit gay”. Perto do fim das eleições, o “kit gay” surgiu como um divisor de águas para o desempenho de Haddad na disputa eleitoral. Na altura, montagens gráficas de imagens, vídeos, manipulação de fotos e textos atribuíam ao candidato o interesse em aplicar o material didático com temática gay às crianças de 6 anos. O *fact-checking* do grupo Globo chegou a apurar que parte das postagens nas redes sociais diziam que o livro “*Aparelho Sexual e Cia*” fizeram parte dos “programas governamentais de Haddad enquanto ministro da Educação, entre 2005 e 2012” (G1, 2018)<sup>18</sup>.

Embora no Brasil a audiência do rádio e da televisão sejam maiores do que as dos média digitais, uma vez que a internet não contempla todo o território nacional, Ortellado e Ribeiro (2018, p.3) ressaltam que a penetração da internet é maior e pode equiparar-se aos média tradicionais. Os pesquisadores argumentam que as audiências dos média tradicionais brasileiros são distribuídos em emissoras, ao passo que os média sociais a atenção é distribuída. Diante deste cenário em que os média digitais ocupam espaços significativos nos debates sociais, alterou-se as lógicas existentes na dinâmica dos discursos políticos.

Atualmente, os discursos políticos se veem diante de um (ciber)espaço ilimitado, multifacetado, que possibilita editar, reeditar e criar novas “realidades” que passam a disputar a agenda pública. Nesta circunstância, através da participação e compartilhamentos, o público passa a integrar os mecanismos que atuam com objetivo de influenciar mais e mais pessoas.

Enquanto na TV a influência política se dá pela cobertura jornalística de poucos emissores e pela propaganda eleitoral, cujo tempo é distribuído segundo o tamanho da bancada parlamentar, nos meios digitais a influência se dá pela capacidade de influenciar um ecossistema grande de sites de notícias e de impactar o debate público nas mídias sociais (Ortellado & Ribeiro, 2018, p.3).

Não obstante, são inúmeros os riscos existentes nas narrativas políticas desinformativas que fazem uso dos média digitais para se propagarem. A espetacularização de mentiras

---

<sup>18</sup> Em 2018, ano das eleições, o G1 passou a integrar em seu site a página Fato ou Fake, com o objetivo de apurar (des)informações que passaram a circular na internet: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/10/16/e-fake-que-haddad-criou-kit-gay-para-criancas-de-seis-anos.ghtml>

manipuladas para ludibriar a opinião pública é a maior delas, sendo o resultado da simbiose entre os mídia e a política.

#### 4.5. Desinformação em tempos de pandemia: infodemia na COVID-19

O ano de 2020 ficará registrado para sempre na memória da população mundial, mas também na história dos mídia em todo o planeta. A pandemia provocada pelo Coronavírus SARS-Cov-2, responsável pela COVID-19, colocou a desinformação em outro patamar. Já nos primeiros meses da pandemia a profusão de inverdades acerca do vírus, impulsionada sobretudo pela internet, contribuiu para a transmissão das desinformações em fluxo transmediático.

Junto com a pandemia, um outro fenômeno pode ser observado com maior intensidade no período: a pós-verdade. Segundo D'Ancona, a pós-verdade se desenvolve através do apelo emocional em detrimento da razão. As narrativas emotivas trabalham intencionalmente para despertar engajamento do público capturado pelo sentimentalismo. Desta forma, a racionalidade é posta de lado. A emoção é explorada nas narrativas desinformativas e o público é percebido como uma audiência que busca se envolver afetivamente nas narrativas, como ocorre no entretenimento. Para D'Ancona (2018, p.09), o que a pós-verdade traz de novo “não é a desonestidade dos políticos, mas a resposta do público a isso.”

Através das reflexões de D'Ancona (2018), podemos considerar que a enxurrada de desinformações sobre a pandemia pela COVID-19 deixou evidente duas situações. A primeira é a dificuldade do público em identificar as desinformações e, a segunda, a disposição do público em priorizar a emoção (principal elemento na fabricação de desinformações) em relação à veracidade dos fatos, dos estudos científicos e da informação jornalística. Num movimento imposto pela pós-modernidade, que se desenvolve por intermédio das redes, o autor acredita que a pós-verdade surge da mudança de comportamento das pessoas que passaram a não priorizar a verdade como princípio estruturante da sociedade.

O apelo emocional como elemento da narrativa desinformativa é uma realidade. A COVID-19 evidenciou este momento em que os fatos, a ciência e o jornalismo são desvalorizados e perdem credibilidade diante das crenças, valores e ideologias de cada indivíduo. O compartilhamento singular das (des)informações nas redes dão-se, principalmente, pela identificação daquilo que cada indivíduo deseja, como um reforço de suas convicções. Para

Castells (2007) “a construção de significados na mente das pessoas é uma fonte de poder mais decisiva e estável. A forma como as pessoas pensam determina o destino das instituições, normas e valores sobre as quais a sociedade é organizada” (Castells, 2007, p. 20).

Deste modo as plataformas digitais (onde grande parte das informações circulam na atualidade), juntamente com as redes de sociabilidade (onde a maioria das pessoas se relacionam) fomentam o movimento social articulado pela troca de informações, onde a emoção é quem dita o grau de relacionamento e a troca de informações entre os usuários das redes. As redes digitais permitem que milhares de pessoas se conectem ligadas pelas semelhanças, formando vínculos que excluem as diferenças.

Aproveitando estes elementos, as desinformações encontram terreno fértil para serem concebidas e partilhadas por milhares de pessoas. Não raro, muitas das vezes, quem compartilha uma (des)informação, sequer teve tempo de refletir criticamente sobre o conteúdo replicado.

Não há como negar que a pandemia pela Covid-19 colocou a desinformação num debate mundial e as mais diversas populações em situação de vulnerabilidade. As distorções, mentiras, especulações e inverdades sobre a COVID-19 que passaram a integrar os média foram tão significativas, que as desinformações passaram a ser igualmente tão letais quanto o próprio vírus. Devido a isso, organizações mundiais, como a UNESCO e a OMS passaram a fazer uso do termo “infodemia”.

Segundo a UNESCO, a justificativa para adoção da palavra é atribuída à desinformação massiva sobre a COVID-19, que “cria confusões referente à ciência médica, com impacto imediato em todas as pessoas do planeta e em sociedades inteiras”. Neste sentido, a desinformação durante a pandemia é tão tóxica e letal quanto o vírus, pela sua capacidade de disseminação e contaminação em larga escala.

O vírus das narrativas desinformativas no cenário pandêmico colocou os média em alerta constante e, ao passo que buscam informar a população sobre os desdobramentos da pandemia - que ocorre simultaneamente com os avanços científicos - também se encarrega de desmentir falsas informações sobre o vírus.

Em resposta à infodemia, a UNESCO passou a criar materiais didáticos que abordam a importância da informação e a necessidade de combater a desinformação no período. Julie Posetti e Kalina Bontcheva (2020), na abertura do documento “*Disinfodemic: Deciphering COVID-19*

*disinformation*<sup>19</sup>, produzido pela Organização das Nações Unidas, alerta que a informação é fundamental em todos os momentos, mas durante a pandemia pela COVID-19, o acesso à informação virou questão de “vida ou morte”. No manual, as pesquisadoras compreendem que as informações produzidas pela ciência e pelo jornalismo profissional são essenciais para construção das “sociedades do conhecimento”, que se desenvolve sobretudo através das redes. Apesar de reconhecer a relevância que as plataformas digitais exercem na multiplicação de narrativas informativas confiáveis, o manual ressalta os riscos e o paradoxo existentes nas redes, principalmente neste período de pandemia.

Cada vez mais, as consequências da desinfodemia têm sido fatais. Muitos cidadãos estão sendo enganados, o que os torna incapazes de entender e implementar medidas preventivas com base científica. Pessoas estão morrendo por complacência, ou por recorrer a “remédios falsos”. A desinformação online sobre a COVID-19 é instrumentalizada com fins políticos, racistas, xenofóbicos, sexistas ou outros, e pode incentivar a polarização e alimentar o ódio – em um momento em que a unidade mundial é mais necessária do que nunca. Jornalistas e profissionais da saúde que denunciam a desinformação tornam-se alvos de ataques movidos por mais desinformação. Algumas respostas à desinfodemia prejudicam as vantagens do uso da internet para exercer a legítima liberdade de expressão – direito que é um dos antídotos mais eficazes contra os conteúdos falsos (Posetti & Bontcheva, 2020, p. 03).

No Brasil, a pandemia acarretou uma sobrecarga de informações e desinformações nunca antes vistas. Os mídia tradicionais, principalmente o rádio e a televisão, alteraram sua programação para dar conta de cobrir quase em tempo real os desdobramentos da pandemia. A ciência nunca havia sido tão mediatizada antes da COVID-19. Surfando nas ondas das informações, e aproveitando o consumo desenfreado de notícias sobre a pandemia, a disseminação das desinformações passou a fazer parte do cotidiano brasileiro.

Inicialmente, as desinformações mais comuns questionavam o uso de máscara; recomendavam remédios milagrosos contra a COVID-19 e criticavam o distanciamento social. Logo, passaram a surgir rumores de que a pandemia tratava-se de um vírus criado pela China para movimentar sua economia. Não bastasse o absurdo, também brotou a teoria da conspiração de que o vírus teria sido criado pelo Partido Comunista Chinês<sup>20</sup>. Neste caos noticioso ainda

---

<sup>19</sup> Documento disponível no endereço: [https://en.unesco.org/sites/default/files/disinfodemic\\_deciphering\\_covid19\\_disinformation.pdf](https://en.unesco.org/sites/default/files/disinfodemic_deciphering_covid19_disinformation.pdf)

<sup>20</sup> Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/confere/ultimas-noticias/2020/03/30/coronavirus-nao-foi-criado-em-laboratorio-pelo-partido-comunista-da-china.htm>

surgiram “especialistas” de todos os campos, falando todo o tipo de bobagem, que circulavam nas redes sociais e em plataformas como WhatsApp.

O vírus SARS-CoV-2, pode-se dizer, não revelou ao mundo apenas os riscos que uma pandemia pode acarretar. Ao passo que a informação tornou-se substancialmente a maior aliada no combate ao vírus, a desinformação transformou-se no próprio vírus.

O “perigo informacional” apontado por Morin (1997) manifestou-se durante a pandemia, fazendo com que centenas de milhares de pessoas no mundo sofressem de subinformação e sobreinformação, seja pela falta ou pelo excesso de (des)informações. Para Coimbra (2010), “o excesso de acontecimentos e informações das quais somos submetidos diariamente e de forma massiva abafam as possibilidades de meditar individualmente sobre cada informação que chegam até nós, causando uma saturação de informações que ao invés de informar, mergulha-nos no desinforme” (Morin, 1997, p.20 apud Coimbra, 2010, p. 59).

Com o intuito de clarificar as desinformações sobre a COVID-19, a Organização Mundial da Saúde idealizou uma página em seu site destinado a desmentir desinformações<sup>21</sup>.

David Nemer (2020), professor e pesquisador no Departamento de Estudos dos Mídia na Universidade de Virgínia, EUA, faz uma observação pertinente sobre o conceito das *Fake News* no mundo real. O pesquisador refere que, por estar ligada ilusoriamente ao universo *online*, muitos acreditam que este fenômeno não atinge o mundo real - *offline*. Para ilustrar o quanto as desinformações atingem a realidade social, o autor relembra dois casos ocorridos nos EUA nos primeiros meses da pandemia:

Pesquisadores da *Brigham and Women's* descobriram que as prescrições de hidroxicloroquina aumentaram nos EUA entre 16 de fevereiro e 25 de abril, depois que Trump a elogiou como um tratamento para Covid-19, causando escassez para pacientes que realmente precisavam dela (“*Study Finds Surge in Hydroxychloroquine/Chloroquine Prescriptions During COVID-19*”, 2020). Assim como algumas pessoas acabaram por ingerir desinfetante (*bleach*) para se protegerem do coronavírus (*Smith-Schoenwalder, “CDC: Some People Did Take Bleach to Protect From Coronavirus*”, 2020). Chega até a ser cômico ter que afirmar que o desinfetante, além de ser ineficaz contra o coronavírus, pode causar graves intoxicações levando até a óbito — da mesma forma que a hidroxicloroquina pode causar sérios problemas cardíacos e levar a óbito (*Lovelace, “FDA*

---

<sup>21</sup> Disponível em: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/myth-busters>

*issues warnings on chloroquine and hydroxychloroquine after deaths and poisonings reported”, 2020) (Nemer, 2020, p. 114)*

Segundo Nemer (2020), as redes sociais, a internet e as plataformas digitais são facilitadoras na disseminação de desinformações por facilitarem o consumo e o compartilhamento de conteúdos, verdadeiros ou falsos, sem que os usuários sejam motivados a fazer leituras mais aprofundadas. Considerando que vivemos numa realidade ciberconectada, a narrativa do governo americano causou interferências no Brasil. A partir de então, surgiram desinformações em torno de medicamentos sem estudos científicos comprovados, que descredibilizaram a ciência e a informação jornalística.

Durante a terceira semana da pandemia no Brasil, alguns estados registraram escassez das medicações cloroquina e hidroxicloroquina – substâncias indispensáveis para o tratamento de lúpus e malária. Isso fez com que, além de colocar em risco pessoas que faziam o uso indicado dos remédios para tratamento das doenças, também colocasse em risco indivíduos que fizeram uso sem recomendação médica<sup>22</sup>. Tendo a pandemia do Brasil como plano de fundo, não é exagero conceber que a falta de informação (e, mais ainda, a desinformação) causam efeitos colaterais e podem colocar a vida em risco. Nemer (2020) alerta ainda que as *fake news* podem representar um grande perigo quando elas são “propagadas por campanhas de desinformação, geralmente desenvolvidas para um ganho político por atores de governos, membros de partidos ou ativistas” (p. 114).

Em maio de 2020, a Avaaz<sup>23</sup> conduziu uma pesquisa aplicada em três países: Brasil, Itália e Estados Unidos - na época eram os países mais atingidos pelo coronavírus. Os dados revelam a relação do Brasil com a desinformação. A pesquisa apontou que 73% dos brasileiros acreditaram no que eles descrevem como “notícias falsas” sobre a COVID-19. Entretanto, o dado que melhor ilustra a infodemia que atinge o Brasil neste recorte pandêmico, indicado pela Avaaz, é que 9 em cada dez 10 brasileiros viram pelo menos uma desinformação sobre o Coronavírus - o equivalente a 141 milhões de pessoas.

---

<sup>22</sup> Disponível em: <https://g1.globo.com/df/distrito-federal/noticia/2020/03/20/medicamento-citado-por-trump-como-possivel-tratamento-contr-a-covid-19-esta-esgotado-em-farmacias-do-df.ghtml>

<sup>23</sup> Estudo disponível em: [https://secure.avaaz.org/campaign/po/brasil\\_infodemia\\_coronavirus/](https://secure.avaaz.org/campaign/po/brasil_infodemia_coronavirus/)

Ainda segundo o estudo, 6 em cada 10 internautas receberam desinformações pelo WhatsApp. O Facebook foi indicado como a segunda plataforma com maior propagação de desinformações sobre A COVID-19, onde 5 em cada 10 brasileiros receberam *fake news*.

## CAPÍTULO V



## 5. INTEGRAÇÃO DA ESCOLA E OS MÉDIA: PROMOÇÃO DE NOVAS LITERACIAS AOS JOVENS EM CONTEXTO ESCOLAR

### 5.1. Literacia Mediática para democratização da informação e a manifestação da cidadania e dos direitos

O cenário atual, com o domínio dos média tecnológicos de comunicação e informação, exige o desenvolvimento de novas competências que possam contribuir com aprendizado de novas formas de pensar, consumir, produzir e compartilhar informação. A apreensão de novas formas de literacia emerge nas sociedades multimidiáticas como recurso para a construção de “novas formas de saberes” (Peruzzo, 1999; Lopes, 2011; Livingstone, 2004).

Com a passagem da sociedade industrial para a sociedade da informação, o conhecimento pré-estruturado que moldou a educação de jovens e adultos em meados do século XX, abriu espaço para necessidade da adoção de novas ferramentas educativas que pudessem contemplar também os média. Assim, não bastando apenas a replicação dos saberes descritos nos livros, mas também a utilização das narrativas produzidas pelos média como fonte de conhecimento e reflexão.

Paula Cristina Lopes (2011) indica que o conceito de literacia surge a partir dos anos 70, tendo como base três elementos-chave: competência de leitura, escrita e cálculo. O domínio destas três competências, consideradas indispensáveis para o bom desempenho na vida cotidiana, foram responsáveis pela estruturação da educação escolar por décadas. Para Lopes, o conceito de literacia é amplo e transversal uma vez que não se trata apenas do domínio e reprodução do conhecimento em si, mas do domínio crítico e reflexivo acerca do conhecimento recebido.

Tendo em vista as mudanças que nos atravessam, a convergência entre os média de comunicação coloca a escola diante do desafio que consiste na reestruturação pedagógica, através da promoção de novas formas de literacias. Segundo Paulo Freire (1987), o uso dos média como ferramenta pedagógica remete à transversalidade necessária para que os indivíduos possam desfrutar de uma educação transformadora. O educador ressalta que a integração da escola com os média propõe despertar a leitura do mudo, fazendo com que a educação se aproxime da realidade. Neste sentido, a educação é concebida como um processo de construção da

consciência crítica, e os média correspondem ao canal capaz de despertar nos jovens a criticidade em relação aos fatos do cotidiano.

Sonia Livingstone (2004), em seu artigo *“What is media literacy?”*, adverte de antemão que é cada vez mais necessário a adoção e transmissão de novas competências e habilidade à população, para que todos possam fazer uso das tecnologias de comunicação e informação de forma eficiente e segura. A pesquisadora observa que as habilidades e competências passam por distintas áreas; do mercado de trabalho à educação, com domínios de altos e baixos níveis de literacia sobre os média e as redes (Livingstone, 2004, p. 02) de acordo com cada indivíduo.

Ao considerarmos os baixos níveis de literacia sob a ótica de Livingstone, pode-se recorrer aos exemplos técnicos que circularam o ensino da informática desde o advento do computador e da internet. Durante décadas, a educação digital esteve centrada no computador, nos dispositivos eletrônicos e nas redes. No Brasil, o ensino tecnicista dos anos 90 e meados dos anos 2000 fez com que centenas de milhares de pessoas centrassem esforços em aprender a digitar; manipular dispositivos; instalar programas; configurar redes; navegar na internet e abrir computadores. Entretanto, pouco – ou quase nada -, foi ensinado sobre as narrativas e formas de leituras digitais, sobre a fragmentação das informações e sobre o poder que emerge da participação em rede.

Todavia, a literacia para os média consiste no empenho de educar os jovens e adultos quanto os média e suas narrativas. Ou seja, através da educação mediática, busca-se promover ferramentas de ensino para que cada cidadão possa consumir de forma crítica diferentes produtos mediáticos; criar comunicações em diferentes realidades, além de convergir em distintos suportes, média e narrativas.

Como consequência dos riscos que se assentam na sociedade da informação - no qual presenciamos na contemporaneidade com o acúmulo de informações e desinformações – e a falta de literacias para os média, não são poucas as diretrizes internacionais que incentivam a adoção de literacia mediática à população.

Em 2000, o Conselho da Europa definiu que a promoção de competências em literacia para o media poder ser compreendida como

uma prática pedagógica que visa o desenvolvimento da competência mediática, entendida como uma atitude crítica e criteriosa em relação aos media, a fim de formar cidadãos equilibrados, capazes de fazer seus próprios julgamentos com base nas informações disponíveis. Permite-lhes aceder à

informação necessária, analisá-la e ser capaz de identificar os interesses económicos, políticos, sociais e / ou culturais que estão por trás dela. A educação para os média ensina os indivíduos a interpretar e produzir mensagens, a selecionar os meios mais apropriados para se comunicar e, eventualmente, ter uma voz mais ativa na oferta e nos produtos mediáticos” (Conselho da Europa, 2000).

O documento europeu defende que a educação para os média permite que os cidadãos exerçam a liberdade de expressão e acesso à informação. Desta forma, não deve ser compreendido apenas como desenvolvimento de cada indivíduo, mas, sim, como uma mudança que provocará mudança em todo o tecido social através da participação da sociedade nos debates sociais. “Nesse sentido, prepara-os para a cidadania democrática e a consciência política” (Conselho da Europa, 2000).

Lúcia Caetano (2017), em sua pesquisa *“Media Literacy: Práticas Dirigidas a uma Comunicação Cidadã”*, apesar do uso da terminologia grafado em inglês, amplia os conceitos que abarcam sobre a literacia mediática. Para a pesquisadora, conceitos como *média literacy*, educação para os meios, mídia-educação, educação para os média, educomunicação, literacia mediática, letramento mediáticos, entre outros, versam todos sobre os interesses ligados ao campo da pedagogia e da literatura (Caetano, 2017). Em 2016, a UNESCO lançou o manual sobre *“Alfabetização Midiática e Informacional: Diretrizes para a Formulação de Políticas e Estratégias”*. No documento, o órgão faz uso da “Alfabetização Midiática” e Informacional (AMI) para abordar os diferentes módulos de literacia para o media.

No manual, a UNESCO descreve a AMI como “uma base para aumentar o acesso à informação e ao conhecimento, intensificar a liberdade de expressão e melhorar a qualidade da educação.” Logo no início, o documento salienta que a era digital demanda diferentes formas de competências/alfabetização; que passam pela alfabetização no acesso a notícias, alfabetização televisiva, alfabetização cinematográfica, alfabetização computacional, alfabetização em mídias sociais, alfabetização para o uso da internet, alfabetização computacional... e denota, assim, a complexidade existente no universo das literacias para os media.

Tendo isso, as diretrizes do órgão não buscam uma definição para AMI, mas a avaliam como um sistema composto e transversal. Assim, integra à matriz conceitual como fonte de aquisição de literacias todos os média e todos os provedores de informações – formais ou informais. A ideia da AMI se concentra, portanto, na convergência entre os média alternativos,

redes comunitárias de informação, bibliotecas, acervos, museus, editoras, internet, entre outros. Apesar de reconhecer a importância das TIC, a convergência não se resume apenas ao uso das tecnologias, pois considera também a arte e as tradições orais nos processos que contemplam a convergência.

A AMI é a base para a liberdade de expressão, para o acesso à informação e para a educação de qualidade para todos. Sem as competências da AMI, os cidadãos não podem ser bem informados porque não têm acesso à informação e não são capacitados para processá-la e usá-la. Isso torna difícil para os cidadãos, incluindo os jovens, participar ativamente em suas comunidades e sociedades, bem como inviabiliza uma governança boa e eficaz (Mendel, 2005 apud Grizzle et al, 2016, p. 15).

Sara Pereira, Manuel Pinto e Pedro Moura (2015, p. 02) argumentam que existe um consenso sobre a importância de se estabelecer “relações críticas e esclarecida com os mídia e o campo mediático, bem com as vantagens de um bom nível de competências em literacia Mediática para o exercício pleno da cidadania”. Entretanto, os autores indicam as dificuldades que incidem entre “o que avaliar, como, em que contexto, de que modo e para quê” em relação aos domínios de literacia mediática. Por conta disso, escrevem que “a dimensão e avaliação” dos domínios de literacia para os mídia é “mais controversa que consensual.”

Em sua dissertação de Mestrado, Beatrice Bonami Rosa (2016, p. 40) faz um esforço para categorizar todas as formas de literacia e, assim, separa os ideais das literacias digitais das literacias para a informação, apesar de reconhecer “que as literacias digitais se aproximam do sentido das literacias da informação”. Posto isso, sabendo das multiplicidades de literacias presentes no universo da comunicação, o termo literacia para os mídia, adotados nesta pesquisa, compreende todas as formas de literacia mediática, alicerçando-se nos media digitais, de comunicação e de informação.

Caetano (2017, p. 08) observa que, diferente de outros países, nos quais a alfabetização mediática se desenvolve no âmbito da educação formal, no Brasil existe um esforço das organizações sociais na promoção de formas de literacia. Em certa medida, como foi observado durante a visita nas escolas públicas para o desempenho desta pesquisa, isso pode ocorrer por diferentes motivos (mais adiante, durante a análise dos dados, as causas serão aprofundadas). Por hora, podemos ressaltar que a falta de diretrizes governamentais para a promoção de formas de literacia; a ausência de professores com práticas pedagógicas contemporâneas; a ausência de estrutura para a auxiliar nos processos de convergência e, por fim, o distanciamento da narrativa

escolar com as narrativas encontradas nos média de comunicação e informação são apenas algumas das dificuldades para a promoção de formas de literacias para jovens em contexto escolar.

No Brasil, como pontua Rosa (2016, p. 26), a literacia é tradicionalmente utilizada para “designar novas habilidades desenvolvidas pelo sujeito exposto às novas mídias, informações e tecnologias.” Contudo, apesar do domínio de novas formas de literacias para os média ser o caminho para a educação civicomediática, uma vez que, como vimos, estes exercem grande influência na forma como nos posicionamos em sociedade, existem algumas dificuldades de avaliar o domínio das competências.

Segundo Livingstone (2012), apontada na pesquisa de Pereira, Pinto & Moura (2015, pg. 04), “ainda há poucos entendimentos sobre a Literacia Mediática ou sobre como medir e, por conseguinte, poucas evidências sobre os efeitos dos esforços para a melhorar.” Por isso, diferentes tentativas têm buscado dar respostas ao avaliar o grau de literacia mediática em jovens e adultos ao redor do mundo.

Para Gabriela Goulart Mora e Natália Oliveira Teles Silva (2019) “o cenário da hiperconectividade e a convergência midiática, aliados às possibilidades de comunicação e informação oriundas desses processos, constituem uma realidade com impactos diretos no sistema educacional” (Mora & Silva, 2019, p. 756). Diante deste cenário, as autoras consideram que as diretrizes e documentos educacionais que abordam formas de literacia aos jovens ao redor do mundo, surgem da preocupação trazidas pelos meios digitais. As pesquisadoras ressaltam em seu trabalho *“The new generations and the media literacy: possibilities to educate for citizenship”* que é preciso que haja uma adequação dos processos pedagógicos para a educação formal. “Isso requer modificações de processos e currículos para satisfazer o novo, não apenas no que se refere às tecnologias, mas também às novas formas de ensino e aprendizagem” (pg. 7056).

Brites et. al (2018) também acredita que é preciso pensar em novas formas de educar os jovens, considerando o ambiente mutável e dinâmico que as redes impõem. Os autores reforçam que o combate às desinformações, o que eles chamam de “narrativas alternativas”, pode vir através da educação que aborde diferentes pontos das realidades dos média.

Este ambiente de transformação e instável, a necessitar de apostas resolutivas, também implica medidas com um carácter novo. As “narrativas alternativas” podem ser combatidas com uma aposta na educação para os media que

aborde criticamente a complexidade do atual ecossistema mediático em várias dimensões: sociocultural, económica, política e tecnológica (Brites et al., 2018, p. 88)

Diante disso, é relevante que a escola busque se adaptar às mudanças que atravessam os média de comunicação e informação, já que a leitura cotidiana do mundo é feita sobretudo pelos média e de maneira transmediatizada. Por esta razão, torna-se insuficiente admitir que apenas com a introdução de tecnologias de comunicação, seja por computadores ou tablets, aos jovens estudantes, estes estarão preparados para assimilar as informações do mundo em movimento.

## **5.2. Um olhar sobre o jovem e a relevância de estreitar a relação da escola com os média de informação**

Por um longo período a internet assumiu um papel positivista, sendo vista como um instrumento democrático capaz de descentralizar o poder que existia nos média que mantinham o monopólio da informação. Diante disso, graças à democratização digital, a participação do público nas narrativas seria expressa sem a intermediação dos média. Deste modo, cada cidadão poderia participar das discussões políticas e sociais e deliberar seus posicionamentos através dos dispositivos eletrônicos. Nesta visão positivista, Pierry Lévy cunhou suas teorias tendo como base a construção da inteligência coletiva, no qual cada indivíduo poderia manifestar opiniões, discutir agendas coletivas e participar de forma opinativa das informações. Isso porque as redes seriam responsáveis por maximizar a participação e a troca de conhecimento entre os usuários.

Entretanto, as plataformas digitais vêm facilitando há alguns anos a multiplicação de discursos alternativos e informações sem precedentes, materializando-se em uma grande arena discursiva em que membros anônimos (entre grupos dominantes e dominados) desenvolvem discursos com o intuito de moldar a opinião pública. Neste movimento, surgem dois grandes problemas. Num primeiro momento, quanto maior é a exposição à internet e menor for o domínio educação mediática, maiores são as chances de consumir e partilhar desinformações. A seguir, quanto menor forem as possibilidades dos jovens convergirem entre os média - redes, plataformas e narrativas - atrelados à falta de literacia, os riscos na participação social aumentam exponencialmente. Como enfatiza Rosa (2016, p. 49) a literacia “se apresenta como um direito básico de todos os cidadãos, pois tange o próprio desenvolvimento humano pelo direito de se expressar livremente.”

Livingstone (2004, p. 02) considera que o nível mais alto de literacia mediática consiste na “capacidade de acessar, analisar, avaliar e criar mensagens em uma variedade de contextos”. Somente a partir do domínio destas habilidades, a autora considera que seja possível a plena participação democrática dos sujeitos nos debates sociais.

Assim, o empenho por parte da escola e dos agentes socioeducativos na promoção de novas formas de literacia para os média converte-se também numa atitude democrática. Para Caetano (2017, p. 05), às adversidades inerentes à sociedade da informação desafiam a escola e agentes que trabalham com educação, em espaços formais e não-formais, a buscarem maneiras de ampliar a leitura do mundo aos jovens.

Ao fazê-lo, são instigadas a planificar iniciativas de aprendizagem que trabalhem dentro da perspectiva de valorização dos direitos humanos – concebidas para respeitar as diversidades, para garantir o direito à livre expressão, à informação e à educação, para gerar maior empatia, para combater as injustiças e desigualdades – e que preparem nossos jovens para lidar, de forma crítica, com uma multiplicidade de meios de comunicação e informações disponível na atual sociedade midiática (Caetano, 2017, p. 05).

A ideia de convergir a educação com média de comunicação e informação revela-se como sendo um poderoso instrumento socioeducativo capaz de promover o pleno exercício da cidadania aos jovens e a participação integral de qualquer cidadão nas pautas sociais. De acordo com Cecilia Peruzzo (1999), “a participação na comunicação é um mecanismo facilitador da ampliação da cidadania (...), a pessoa inserida nesse processo tende a mudar o seu modo de ver o mundo e de relacionar-se com ele. Tende a agregar novos elementos à sua cultura” (Peruzzo, 1999, p. 218).

Segundo McLuhan (1995),

Hoje, o jovem estudante cresce num mundo eletricamente estruturado. Não é um mundo de rodas, mas de circuitos, não é um mundo de fragmentos, mas de configurações e estruturas. O estudante, hoje, vive miticamente em profundidade. Na escola, no entanto, ele encontra uma situação organizada segundo a informação classificada. Os assuntos não são relacionados. Eles são visivelmente concebidos em termos de um projeto ou uma planta arquitetônica. O estudante não encontra meio possível de participar dele, nem consegue descobrir como a cena educacional se liga ao mundo mítico dos dados e experiências processados eletronicamente e que para ele constitui ponto pacífico (McLuhan, 1995, p. 11).

Após a explosão da internet e das novas tecnologias, Prensky (2001) cunhou o termo “nativo digital” para designar a geração dos jovens que, segundo o autor, são diferentes dos jovens

anteriores, não apenas no modo de agir ou se vestir. Ele argumenta que estes nativos digitais já nasceram cercados pelas tecnologias, manuseando computadores, tabletes, vídeo-games, câmeras de vídeo, telefones, *smartphones*, jogos *online* e tantos outros dispositivos digitais. Neste sentido, o termo parece dar cabo de que os jovens que nascerem após a popularização das tecnologias e das redes já nasceram com habilidades suficientes para manuseá-las.

De fato, se compararmos o uso de um equipamento eletrônico feito por uma criança de cinco anos em 2021, será totalmente diferente de uma criança da mesma idade nos anos de 1990. O domínio técnico é diferente, mais consciente, habilidoso e assertivo. Entretanto, o domínio das tecnologias da informação não se limita apenas ao domínio prático, mas também crítico de todos os processos que excedem os botões e os teclados. Na lógica de Presky, os adultos que construíram o conhecimento de forma analógica são “imigrantes” na sociedade do conhecimento.

Conforme alerta Petrella (2012), é perigoso compreender acriticamente a expressão “nativos digitais” aos jovens que cresceram na Sociedade em Rede, por conta do risco de se pensar de maneira generalizada que todos os jovens que nasceram após o advento das redes é plenamente capaz de se autoeducar para o uso de novas tecnologias.

Ao oposto da ideia dos nativos digitais, a literacia surge, como já pontuado por Rosa (2016), como forma de “designar novas habilidades” dos média a tecnologias. Não se trata, portanto, de ensinar a fazer, mas de se pensar no que está fazendo. Isto é, não basta à escola e à educação escolar prover computadores para os alunos se conectarem à rede, se o que a rede provoca não for objeto de reflexão. Ou então, não é suficiente estimular que um estudante pesquise uma informação, sem abordar os riscos que as desinformações podem sugerir em diferentes áreas.

A aplicação de novas tecnologias deve ser sutil e contextualizada, não como uma simples nova ferramenta, mas uma nova maneira de pensamento e raciocínio lógico. Esse é o intuito das literacias, prover ao estudante a oportunidade de experimentar suas habilidades e competências em diversos campos do conhecimento sempre levando em consideração sua interdisciplinaridade (Rosa, 2016, p. 33).

### 5.3. Protagonismo dos jovens e seu papel no combate à desinformação

Hoje as desinformações atingem, potencialmente, todas as pessoas conectadas à internet ou pelos aplicativos de relacionamentos e trocas de mensagens. Nas redes sociais elas surgem



em grupos públicos e privados, como também circulam livremente nas *timelines* em diferentes telas e suportes. Os jovens, em especial, cujo dia a dia é influenciado pelas redes, talvez sejam os que mais têm contato com as desinformações e precisam fazer escolhas sobre o que acreditar.

Livingstone (2004) avalia que,

Cada vez mais crianças, famílias e comunidades contam com a tecnologia como parte da infraestrutura de vida cotidiana. Quase todos os aspectos da vida das crianças têm uma dimensão on-line, seja através do seu envolvimento direto com as TIC ou através do gerenciamento institucional de conteúdos ou serviços que afetam suas condições de vida. De fato, está ficando difícil traçar fronteiras entre offline e on-line (Livingstone, 2004, p. 2)

Certamente, é praticamente impossível dissociar a relevância que a internet e as tecnologias têm na vida do jovem contemporâneo. A rede, afinal, proporciona prazeres objetivos e subjetivos que provocam bem-estar e satisfação. Seja através do consumo de bens e serviços, por meio do consumo de entretenimento ou mesmo através da manutenção de amizades, além dos novos contatos que esta proporciona. Neste sentido, a internet não apenas reestruturou as formas de lazer e interação entre os jovens, como tornou-se a própria estrutura que consolida a dinâmica da vida de adolescentes ao redor do mundo. Por isso, torna-se um desafio dissociar a vida *online* da vida *off-line*.

Um levantamento realizado pelo *TIC Kids Online Brasil*, divulgado pela Agência Brasil em 2019, revelou que 24,3 milhões de crianças e adolescentes, com idade entre 9 e 17 anos, são usuários de internet<sup>24</sup>. Segundo a pesquisa, 22 milhões de usuários nesta faixa etária relataram usar perfis em redes sociais. Considerando-se o número de jovens brasileiros conectado à internet e o histórico temporal que as redes têm provocado no debate público, evidencia-se a preocupação cada vez mais presente quanto ao domínio de competências para que os jovens possam se desenvolver no mundo contemporâneo, caracterizado sobretudo pela saturação das informações e ascensão das desinformações.

Pollyanna Ferrari (2018), no prólogo do seu livro “*Fluido, Fluxo*”, observa que a tecnologia avança de maneira imensurável e nunca vista na história da humanidade, causando “um choque estrutural muito grande.” A autora empresta de Castell o conceito de Sociedade dos Fluxos para conceber que o fluxo vai transformando tudo. Para ela, neste processo “tem gente de 30 anos

---

<sup>24</sup> Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-09/brasil-tem-243-milhoes-de-criancas-e-adolescentes-utilizando-internet#>

que não está conseguindo acompanhar, como também tem gente acima dos 60 que está acompanhando as mudanças – o que vai diferenciar um ser do outro é seu grau de transitoriedade, ou seja, de ser capaz de desapegar e experimentar nossas propostas mais fluidas” (Ferrari, 2018, p. 23).

Em 2019, a relação dos jovens brasileiros com a desinformação foi objeto de estudo organizado pelo Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Comunicação Pública da Ciência e Tecnologia (INCT-CPCT). O objetivo foi avaliar a percepção dos jovens brasileiros sobre a Ciência e Tecnologia. Produzida por Massarani et al. (2019)<sup>25</sup>, o estudo ouviu mais de duas mil pessoas, com idade entre os 15 e 24 anos, em todas as regiões do país. Apesar do levantamento indicar que 68% dos jovens tiveram pouca frequência no contato com desinformações sobre ciência e tecnologia, 26% afirmaram que recebem desinformações com frequência. No entanto, o que mais chama atenção é a frequência com que os jovens com mais estudos foram expostos à desinformação.

O estudo mostra que o sentimento de estar recebendo possíveis notícias falsas sobre ciência e tecnologia é maior entre jovens que demonstram maior engajamento político, de escolaridade mais alta e que têm o hábito de consumir informação científica com maior frequência. Por exemplo, entre os jovens que completaram o ensino superior, 41,5% acreditam poder ter recebido notícias falsas sobre ciência e tecnologia, enquanto o valor é de apenas 16,2% entre os jovens que possuem ensino fundamental (Massarani et al., 2019, p. 02)

Deste modo, o estudo desconstrói o senso comum que indica que as desinformações atingem apenas indivíduos com baixa escolaridade ou não alfabetizados. Além disso, acende um alerta quanto às potencialidades que as desinformações podem indicar ao focar em sujeitos com alto índice de escolaridade. E, assim, também se afasta da ideia de que os algoritmos entregam informações baseadas em preferências identitárias - que são responsáveis por ampliar o alcance das desinformações. Sendo assim, não importa se um adolescente estuda em escola pública ou privada; se acompanha as informações pelas redes sociais em *smartphones* de última geração ou em modelos sem atualizações; se tem acesso a mais ou menos mídia de informação. Todos estão passíveis de receber desinformações. Assim, o domínio em literacia midiática, aliado às

---

<sup>25</sup> O estudo completo está disponível em: <https://www.scielo.br/j/bgoeldi/a/PqdXRfWRLjipSZLGqvBfzgeF/?lang=pt#>

possibilidades de convergir entre os média é quem vai determinar o posicionamento assertivo na tomada de decisão. Sobre o que partilhar ou não. Sobre o que acreditar ou não.

## CAPÍTULO VI

## 6. APRESENTAÇÃO E ANÁLISES DOS RESULTADOS

### 6.1. Perfil social, consumo de tecnologias e mídia

Ao que se refere ao perfil social dos participantes, buscou-se identificar os hábitos culturais dos adolescentes em relação ao uso das tecnologias e consumo dos mídia de informação e do entretenimento. Paralelamente, através da questão que recomenda que os jovens indicassem quais meios mais utilizam diariamente e possuem em casa, também permitiu-nos traçar o perfil socioeconômico dos adolescentes. Esta informação extraída do questionário é relevante, visto que constitui uma das variáveis sobre o acesso às tecnologias e aos mídia de comunicação e informação. Quanto maior é o poder aquisitivo, maiores são as oportunidades de acesso às tecnologias e aos mídia. Sendo assim, quanto maior for a situação de vulnerabilidade social de um indivíduo, mais barreiras dificultam o acesso aos mídia de informação e às tecnologias.

Consequentemente, a possibilidade de convergir entre os mídia, plataformas e tecnologias é o que possibilita aos jovens desenvolverem comportamentos transmediáticos. Brites (2015, p. 40) avalia que as tecnologias, mais precisamente a internet, constituem, atualmente, uma categoria de bens que não devem ser negligenciados e “devem ser identificados como essenciais para prevenir a exclusão social.”

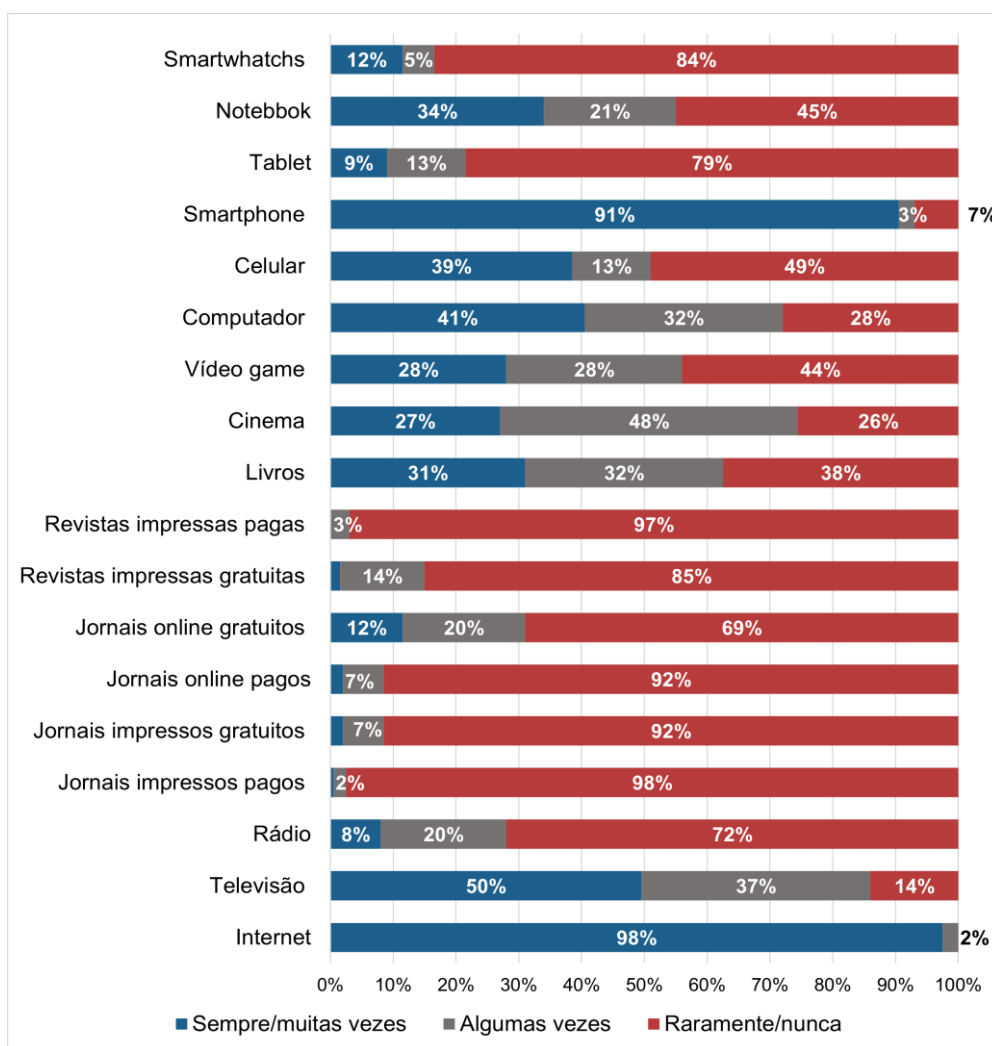
Ao referirmos sobre o número de acesso à internet no Brasil, o gráfico 03 reforça o levantamento realizado pelo *TIC Kids Online Brasil*, abordado no capítulo IV. Ao serem questionados sobre os mídia e tecnologias que mais usam no dia a dia, 98% afirmam que a internet está presente “sempre/muitas vezes” no cotidiano. Nada surpreendente, 91% responderam que sempre usam *smartphones* e apenas 7% disseram que “raramente/nunca” usam *smartphones*.

A questão identificou que os mídia tradicionais de informação ocupam pouco espaço nos hábitos de consumo dos jovens. Tanto as revistas impressas gratuitas, quanto às revistas impressas pagas, não tiveram um número significativo de consumidores. 97% dos estudantes responderam que não costumam ler revistas pagas, o que é compreensível ao referirmos à realidade dos brasileiros e o investimento necessário para fazer a assinatura de alguma revista.

Por outro lado, ao referir-se às revistas gratuitas, apenas 1% respondeu que as lê “sempre/muitas vezes”. Na mesma perspectiva, os jornais impressos pagos não costumam participar da dinâmica dos estudantes. Quase a totalidade (98%) afirma “nunca/raramente” fazer

uso dos jornais. O mesmo acontece com os jornais impressos gratuitos. Quanto aos jornais *onlines*, tanto os pagos, como os gratuitos, denotam baixo investimento e presença no cotidiano dos estudantes. Entretanto, a versão *online* e gratuita é a que melhor se desempenha no comparativo entre ambos.

No total, 12% afirmam que “sempre/muitas vezes” fazem uso das informações jornalísticas digitais e gratuitas. Embora o número indique a baixa adesão, ao compararmos o consumo do jornal *online* pago, o dado mostra-se promissor. Apenas 1% dos jovens afirmam ter em casa acesso aos jornais *onlines* pagos com certa regularidade.



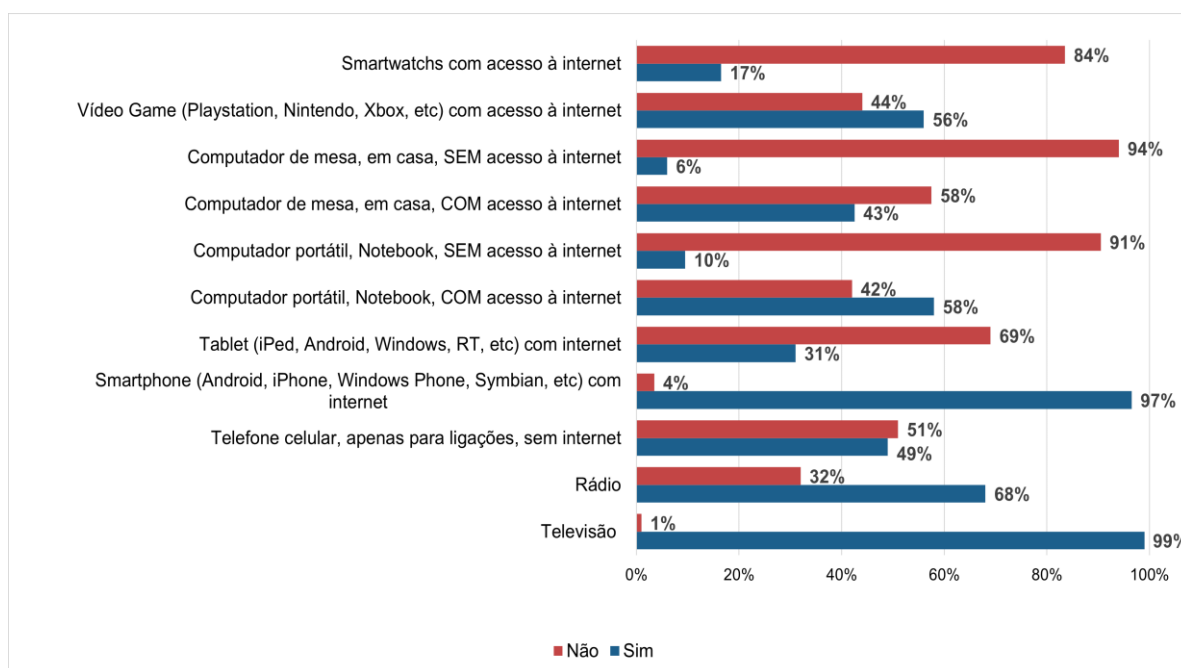
**Gráfico 03:** hábitos de consumo dos média e tecnologias  
 Fonte: elaborado pelo autor (2021)

Apesar do número significativo de jovens com acesso à internet e *smartphones* nas mãos, a televisão se mostrou resistente como meio mais utilizado em casa pelos inquiridos. Durante décadas a televisão ocupa um espaço significativo como principal meio para se obter informações

e entretenimento nos lares brasileiros. Mesmo diante do elevado número de usuários de internet e portadores de *smartphones*, a televisão figura como um dos principais meios de comunicação na metade das casas dos jovens inquiridos. Isso deve-se, provavelmente, pelo fato de a televisão ainda contemplar as condições socioeconômicas e culturais dos brasileiros frente aos outros dispositivos tecnológicos.

Na mesma linha dos média tradicionais, o rádio, por sua vez, também não figura com resultados satisfatórios quanto ao consumo por parte dos estudantes. Apenas 8% responderam que ouvem rádio “sempre” ou com muita frequência e 72% afirmaram que “nunca/raramente” ouvem conteúdos radiofônicos.

Quanto aos meios que dispõem em casa, o gráfico 04 reforça a representatividade que a televisão tem na vida dos brasileiros. Embora os dispositivos tecnológicos estejam cada vez mais comuns na vida dos jovens, a televisão ainda ocupa um lugar cativo nas casas brasileiras. No último ano, o Instituto Brasileiro de Opinião Pública e estatística (IBOPE) divulgou um levantamento sobre o número de televisores no país<sup>26</sup>. Segundo o órgão, a televisão alcança a maior parte dos brasileiros, com 97% de cobertura, com uma média de 207 milhões de telespectadores.

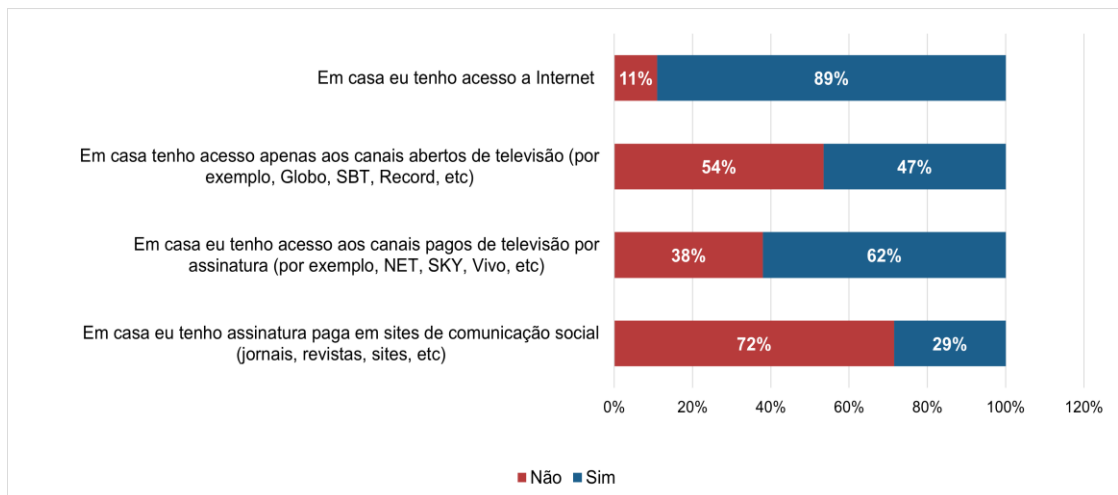


**Gráfico 04:** dispositivos que possuem em casa ou pessoalmente

Fonte: elaborado pelo autor (2021)

<sup>26</sup> Segundo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), apenas 79,9% da população brasileira têm acesso à internet fixa ou móvel. Em contrapartida, considerando a média de 3 pessoas por residência, estima-se que mais 207 milhões de pessoas fazem uso da televisão no país com mais de 211 milhões de habitantes. Fonte: <https://www.terra.com.br/diversao/tv/blog-sala-de-tv/em-2020-a-tv-ainda-e-mais-influente-do-que-a-internet,d41a67c71563ca1cecea98db566fd53aby5tdndu.html> – acesso em 02/10/2021)

Depois da televisão, novamente o *smartphone* ocupa um lugar de destaque no número de usuários. No total, 97% afirmam ter *smartphones*, dado superior ao número de jovens que dispõem de computadores de mesa e computadores portáteis, ambos com acesso à internet. Apesar do baixo hábito de consumo indicado no gráfico 03, na imagem 04 o rádio aparece como sendo o terceiro dispositivo mediático a ocupar lugar nas casas dos adolescentes. Dentre os participantes, 68% declaram ter um aparelho radiofônico em sua residência.



**Gráfico 05:** acesso à internet e aos média de comunicação e informação em casa  
Fonte: elaborado pelo autor (2021)

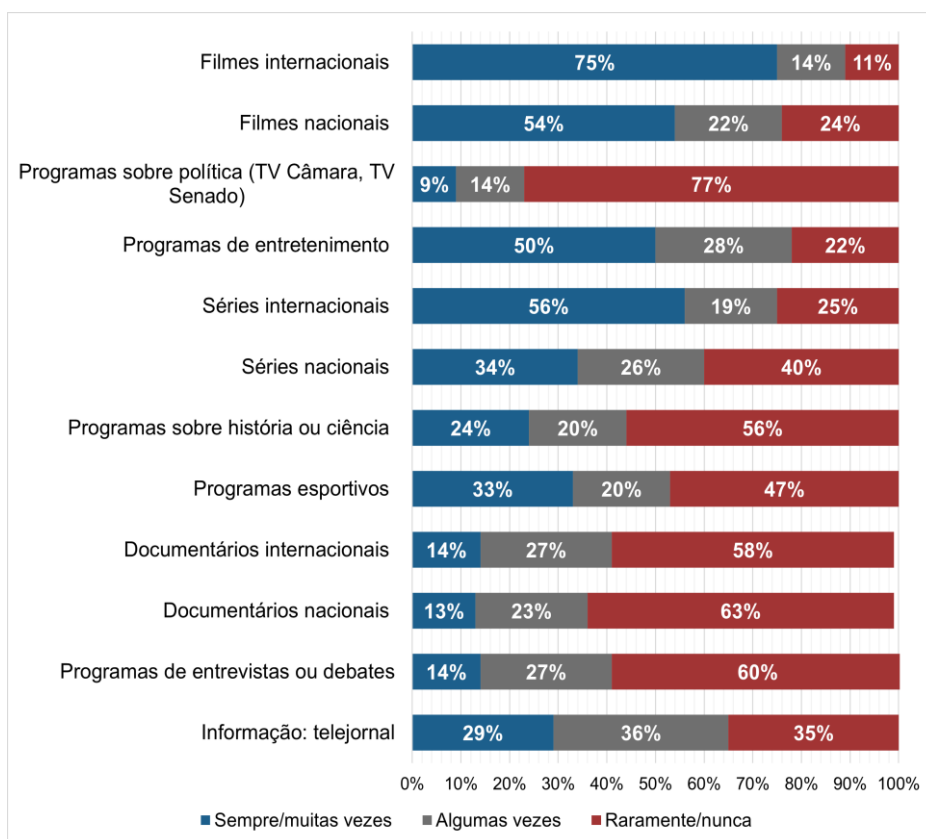
Em relação ao acesso à internet, a pesquisa indicada no gráfico 05 revelou que 89% dos jovens estudantes das escolas públicas avaliadas têm acesso à internet dentro de casa, sendo que 11% responderam que não tem acesso à internet em casa. Em relação aos média de informação, mais precisamente do jornalismo, 72% afirmaram não ter assinaturas de jornais, revistas ou sites de cunho informativo. Por outro lado, os média do entretenimento ganham mais espaços nas casas dos jovens. Os canais pagos de televisão, incluindo os *streamings*, aparecem com mais frequência na dinâmica familiar dos inquiridos. 62% alegaram que possuem assinaturas de canais pagos em alguma outra plataforma de vídeo. Já os que possuem acesso apenas aos canais de TV aberta somam 47%.

A democratização dos acessos às plataformas de vídeos, dos quais valem-se com mais frequência os produtos do mercado do entretenimento internacional, refletem nos hábitos de consumo dos jovens. Os números que indicam o consumo de produções do entretenimento são consideravelmente maiores em relação ao consumo dos conteúdos pelos média de informação.



Os filmes e séries internacionais, indicados no gráfico a seguir, denotam a preferência dos jovens para com as produções estrangeiras que priorizam o lazer.

O consumo de filmes internacionais está na preferência de 75% dos inquiridos, seguido das séries internacionais, com 56%. Já as produções nacionais, que por vezes retratam a realidade dos brasileiros, estão na preferência de pouco mais da metade dos adolescentes. À adesão aos filmes nacionais somam 54%, enquanto as séries produzidas no Brasil correspondem a 34% de interesse dos jovens.



**Gráfico 06:** hábitos de consumo dos média de comunicação e informação  
 Fonte: elaborado pelo autor (2021)

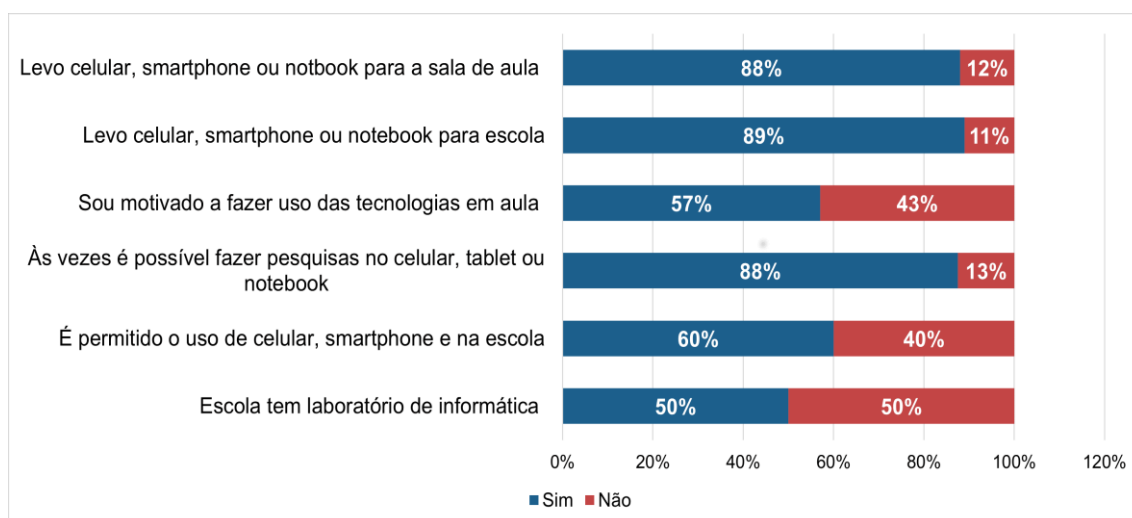
Em relação aos hábitos de consumo dos média de informação, a pesquisa aponta um declínio pelos assuntos que circulam à realidade. Tanto o jornalismo, quanto os produtos que se originam das apurações realizadas por profissionais da informação, figuram entre o baixo interesse dos jovens. Somados, o consumo de telejornal entre os jovens que assistem “algumas vezes” e “raramente/nunca”, totalizam 71% dos entrevistados. Apenas 11% deles responderam que assistem telejornais com certa frequência, “sempre”, e 19% assinalaram a opção “algumas vezes”.

A seguir aos telejornais, os desempenhos inferiores aos interesses dos jovens estudantes se concentram nas produções com base jornalística. O primeiro a figurar com o índice mais baixo na preferência dos jovens são os documentários nacionais, com 63% afirmando que assistem vez ou outra ou nunca estas produções. Logo após, os programas de entrevista e debates aparecem com baixa adesão com índice de desinteresse esporádico e nunca em torno de 60%. Ao ser avaliado separadamente, apenas 4% afirmou que “sempre” assiste programas de entrevista e debates e 9% assinalou a opção “algumas vezes”. No caso dos produtos do jornalismo, mesmo as produções internacionais de informação, como no caso dos documentários internacionais, indicam o baixo interesse de consumo nos jovens. Os que assistem algumas vezes, juntamente com os que assistem raramente ou nunca, somam um total de 85%.

Os programas sobre política aparecem no topo do índice de desinteresse entre os adolescentes, com 77% afirmando que assistem “raramente/nunca” a este tipo de conteúdo. Apenas 6% referiu consumir com frequência produtos que abordam assuntos políticos, assinalando a opção “sempre” entre as opções.

## **6.2. Regras e práticas de ensino tecnológico nas escolas**

Sabendo do déficit das escolas públicas brasileiras quanto ao uso das tecnologias, interessou-nos saber sobre os hábitos dos estudantes quanto ao uso individual das tecnologias em ambiente escolar. Como as escolas reagem ao uso de telefones celulares, *smartphones*, notebooks e tablets? Com isso, no gráfico 05, podemos avaliar que 89% dos inquiridos alegam que levar algum dispositivo tecnológico para a escola, dado similar ao número de alunos que levam para dentro da sala de aula, 88%. Ponderou-se nesta questão que nem sempre o aluno que leva algum dispositivo para dentro da escola, tem a liberdade de usá-lo dentro da sala de aula. Apesar do número considerável de estudantes portando algum tipo de dispositivo, 40% afirmam que a política escolar não permite o uso dos dispositivos na escola.



**Gráfico 07:** práticas de uso de tecnologias em aula/escola

Fonte: elaborado pelo autor (2021)

Em relação à motivação por parte dos professores em sala de aula, quanto ao uso dos dispositivos tecnológicos, 57% considera se sentir motivado a usá-los durante as aulas. Apesar do número significativo, 43% disseram que não se sentem motivados a fazer uso de tecnologias durante as aulas.

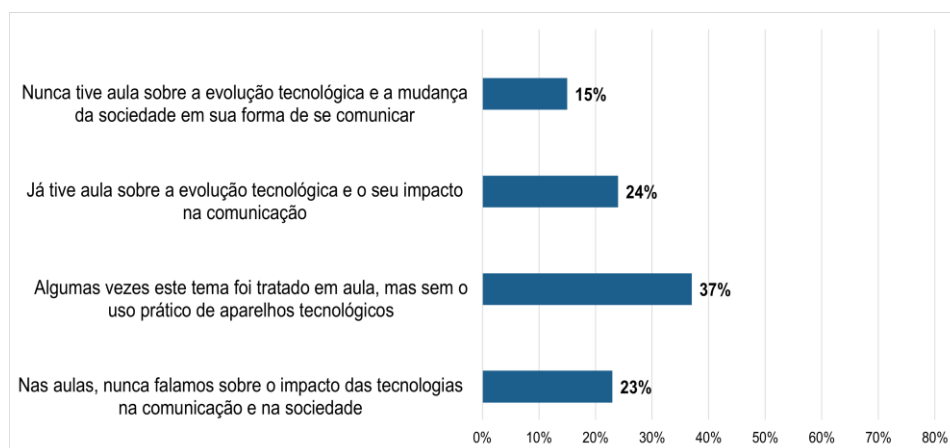
A representação dos números que divide quase ao meio o índice de motivação e desmotivação, possibilita-nos refletir sobre a passagem em curso entre a cultura do ensino letrado à cultura dos média e da convergência. Até o fim do século XX, acreditou-se que a tecnologia poderia ser um recurso indispensável na construção do conhecimento extraclasse, sendo quase um perigo para a consolidação do conhecimento transferida pelo educador. Entretanto, cada vez mais pesquisas nas últimas décadas indicam que o professor na contemporaneidade exerce o papel de mediador do conhecimento.

Através das práticas convergentes, o educador será responsável pela dinâmica interdisciplinar que possa trabalhar a tecnologia e os média (Rosa, 2016). Sendo assim, o estímulo ao uso das tecnologias em sala de aula pode valer-se dos dispositivos que, como apontam os dados, já estão nas mãos dos jovens estudantes das escolas públicas brasileiras.

Embora seja sabido das limitações estruturais das escolas, a promoção de novas literacias aos jovens parte também do ensino que coloca os média no centro do debate. Neste caso, a reflexão sobre a passagem dos média tradicionais aos tecnológicos, além das mudanças que estes provocam nas sociedades, podem contribuir com o processo de aprendizagem tendo como base

a realidade. Ao referirmos a nossa realidade cada vez mais mediatizada, cabe também à educação incorporar no ensino os aspectos éticos que envolvem o uso das tecnologias. Neste sentido, buscou-se identificar o quanto a tecnologia é abordada durante o ensino em sala de aula. Isso justifica-se, pois, a partir deste viés, abrem-se novas vertentes e discussões que englobam os impactos que as tecnologias causam no universo da comunicação, nos média de informação e na sociedade em todos os pormenores.

Ponderando sobre a ideia que incide sobre o ensino tecnológico como sendo mais tecnicista e menos filosófico, tencionamos identificar o quanto o ensino escolar privilegia a tecnologia como fonte de reflexão crítica. Acredita-se que, mesmo nas escolas que não disponibilizam computadores e salas de informática, as transformações que as tecnologias acarretam poderiam servir como elemento de debate. Por esse motivo, no gráfico 05, busca-se avaliar o quanto as aulas nas escolas públicas brasileiras privilegiam as tecnologias como fonte de reflexão. A relevância de abordar esta perspectiva se dá ao fato de que as tecnologias digitais foram as responsáveis por reestruturar a comunicação dos média pelo mundo, projetando uma nova forma de comunicação sustentada pela convergência. Sendo assim, compreender como as tecnologias influenciaram os média, à cultura, às sociedades e não apenas os dispositivos tecnológicos, é um ponto de partida antes de pensar como estas afetam as relações sociais e os média de comunicação e informação.



**Gráfico 08:** aulas que abordam como temática a evolução tecnológica

Fonte: elaborado pelo autor (2021)

O gráfico 08 indica que a maioria dos jovens estudantes (37%) já tiveram aulas que abordaram os impactos das tecnologias na sociedade, mas sem o uso de dispositivos tecnológicos que possam contribuir com a assimilação destas transformações. Apenas 24% afirmaram já ter

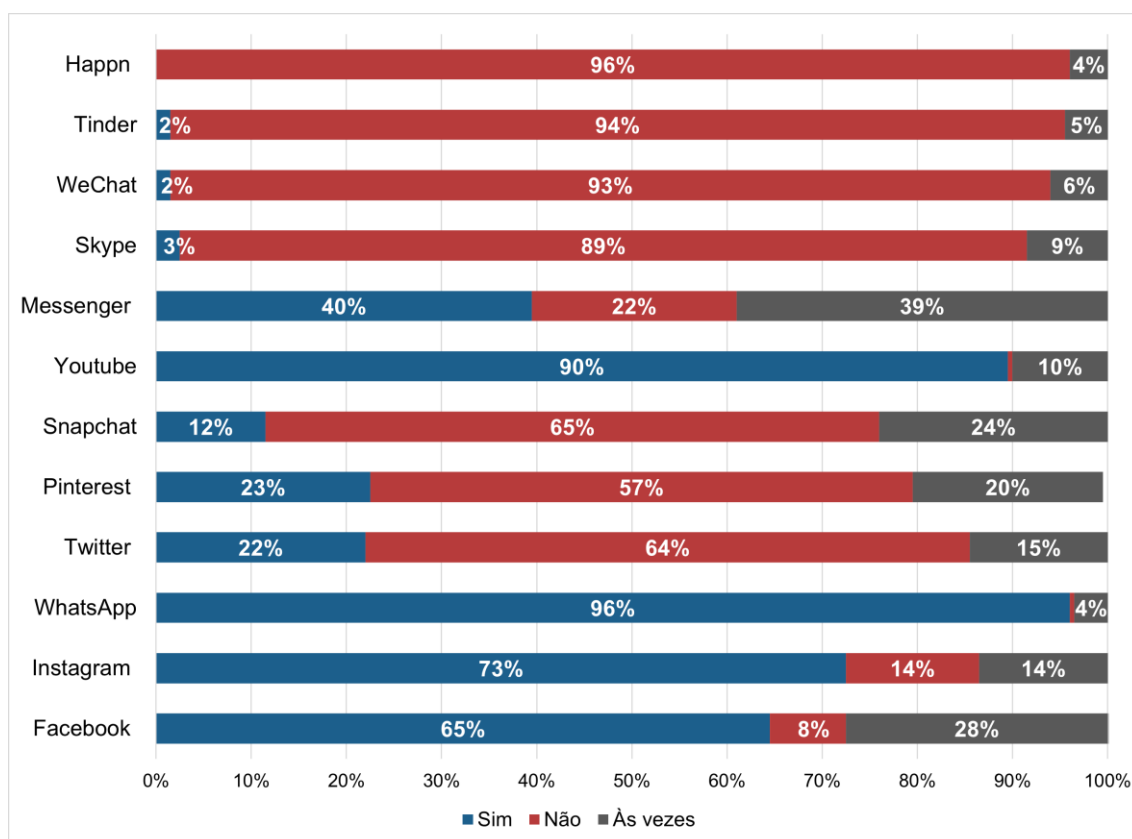
tido aulas que abordavam a tecnologia e seus impactos na comunicação. Os estudantes que nunca tiveram aulas que abordavam “a evolução tecnológica e a mudança da sociedade em sua forma de se comunicar”, juntamente com os jovens que alegam que em sala de aula “nunca falamos sobre o impacto das tecnologias na comunicação e na sociedade”, somam juntos 38%.

### **6.3. Identificação das redes e plataformas mais utilizadas**

Com intuito traçar o perfil de comportamento dos jovens nas redes considerou-se significativo apontar primeiramente quais são as redes mais utilizadas pelos jovens. Neste caso, o número expressivo com que os jovens fazem uso da aplicação WhatsApp reforça a assiduidade com aplicação aparece no dia a dia dos brasileiros. Como visto no capítulo III, a ferramenta de comunicação tornou-se uma das principais redes para a disseminação de desinformações no país, sendo palco de articulações políticas e tentativas de manipulação da opinião pública há quase uma década.

O número esperado de 96% de adolescentes de escolas públicas que usam a rede com certa frequência, reforça a relevância de instigar formas de literacia aos jovens quanto ao seu uso. Deste número também emerge a necessidade de as escolas estreitarem o ensino através das práticas convergentes, colocando as redes no centro do debate e usando-as como matéria-prima para assimilação de novas formas de leituras. Relacionar os desafios da comunicação em rede e apontar os caminhos para a interpretação da realidade com base em informações seguras também deve integrar o interesse da educação. Desta forma, abre-se caminho para que o jovem possa participar integralmente de um mundo que há duas décadas se desenvolve em diferentes configurações e novas estruturas (McLuhan, 1995).

Depois do WhatsApp, o Youtube aparece como a segunda plataforma mais utilizada pelos jovens. No total, 90% dos inquiridos afirmam que fazem uso da plataforma com frequência e outros 10% responderam que usam “às vezes”. Sendo assim, a plataforma de vídeo, assim como a aplicação de mensagem vista anteriormente, representa a totalidade dos jovens avaliados.



**Gráfico 09:** identificação das redes mais utilizadas pelos jovens

Fonte: elaborado pelo autor (2021)

Lançado em 2005, o Youtube deixou de ser apenas uma plataforma de compartilhamento de vídeo para se tornar o principal motor de busca audiovisual. Graças à plataforma, diferentes protagonistas sociais passaram a ter lugar de fala e representatividade no universo dos média de comunicação e informação. As fontes oficiais abriram espaço para os anônimos e, deste movimento, surgiram os *youtubers*, capazes de compartilhar informações, posicionamentos e opiniões em escala mundial.

Apenas no último ano no Brasil, durante a quarentena imposta pela COVID-19, a plataforma atingiu 105 milhões de acessos mensais<sup>27</sup>. Apesar de desempenhar um papel democrático na transmissão de informações, e assim como ocorre com as plataformas de comunicação conectadas nas redes, o Youtube pode oferecer conteúdos desinformativos. Sendo assim, reconhecendo que as narrativas recebidas nas redes exercem influência no modo como nos relacionamos em sociedade (Alves, 2015; Jenkins, 2019; Ortellado & Ribeiro, 2018),

<sup>27</sup> Artigo completo publicado no blog do Grupo Globo, disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2020/11/brasil-passam-mais-tempo-no-youtube-e-elegem-plataforma-como-preferida.ghtml>

interferindo diretamente nas tomadas de decisões, assim como ocorre com o WhatsApp, torna-se relevante pensar no Youtube como uma ferramenta que demanda o domínio de novas literacias quanto ao seu uso.

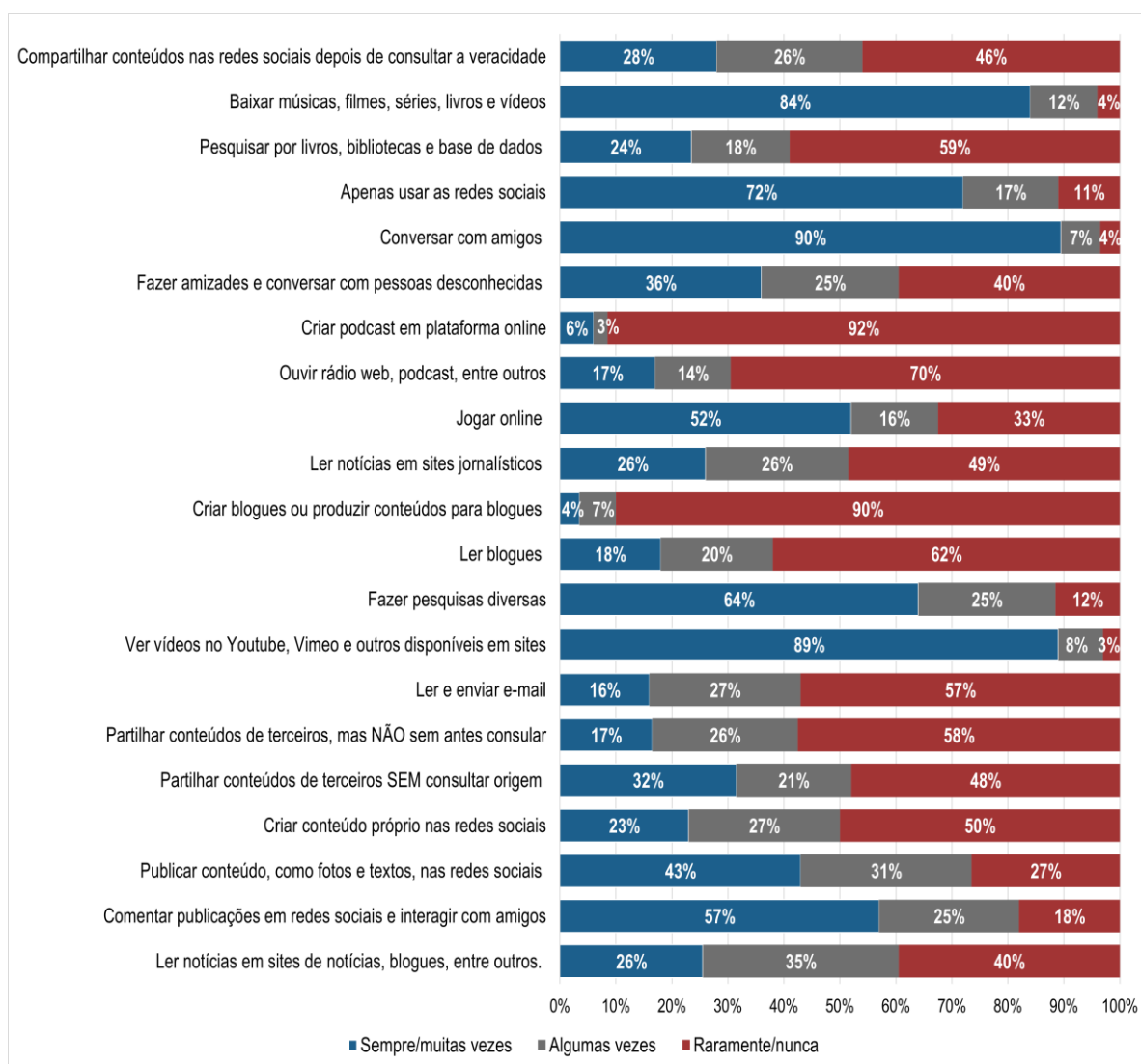
Em terceiro lugar o Instagram e, em seguida, o Facebook figuram entre as redes sociais de maior influência no cotidiano dos jovens. O primeiro aparece com 73% na preferência dos estudantes e o segundo com 65% no número de adeptos. Já as plataformas de relacionamento mais populares no país tiveram um baixo desempenho no número de usuários na fase escolar. *Happn, Tinder e WeChat* nunca foram usados por aproximadamente 95% dos jovens, dos quais apenas 2% disseram que já usaram o *Tinder*.

Após identificar quais são as redes de sociabilidade mais usadas pelos adolescentes em questão, o estudo também buscou abordar a atuação dos jovens estudantes ao se conectarem com as redes digitais. O gráfico 10, a seguir, busca responder à questão aplicada no inquérito: “O que você costuma fazer quando está conectado à internet?”

De acordo com a pesquisadora Sara Pereira (2021),

Para se compreender as malhas da socialização das jovens gerações e reconhecer como são tecidas, é necessário conhecer os modos como as crianças e os jovens usam e se relacionam com os media, como se apropriam deles e como lhes dão sentido no seio das suas práticas quotidianas. A relação das crianças com os vários meios é feita de combinações, de complementaridade, de experiências, de oportunidades e de riscos, de escolhas, de trocas e de partilhas com outros, em particular com os grupos de pares (Pereira, 2021, p. 15).

As redes são responsáveis por possibilitar a participação do público, alterando ecologicamente toda estrutura social (Scolari, 2013) pré-internet. Sabendo que a internet coloca os jovens como produtores e co-produtores de informações, saber o que os jovens estudantes mais fazem ao navegar nas redes possibilitou-nos traçar um perfil comportamental dos adolescentes. A partir do comportamento dos jovens quanto ao consumo dos média torna-se possível identificar o comportamento de convergência que estes desempenham ao se conectarem. Quanto mais mobilidade entre os média, bem quanto maior for a interatividade entre os usuários e os conteúdos, maior é seu potencial de convergência. Neste sentido, quanto maior for o poder de transitoriedade, maiores são as chances de se relacionarem com diferentes formas de narrativas. Por isso, um estudante que interage com as narrativas dos games, com as narrativas audiovisuais, do entretenimento, mas também com os média de informação e o jornalismo, pode desenvolver mais habilidade para leituras transmediáticas.



**Gráfico 10:** identificação sobre o que os jovens fazem ao se conectarem à internet  
 Fonte: elaborado pelo autor (2021)

Relativamente à atuação dos jovens nas redes, 90% dos inquiridos disseram que se conectam à internet para conversar com os amigos. A seguir, o que mais os inquiridos costumam fazer é ver vídeos no Youtube e outras plataformas, aproximadamente 89%. Em terceiro lugar, o que os estudantes mais fazem é baixar músicas, filmes, séries, livros e vídeo, 84%. No que tange à atuação nas redes, também destaca-se os usuários que se conectam à internet apenas para usar as redes sociais, 72%, e não usufruem da conexão para outros fins. A conexão sem propósito definido para navegação nas redes indica a paradoxal mudança do mundo contemporâneo, caracterizado pelo consumo excessivo de informações na maioria das vezes sem utilidade.

Quanto à leitura nos sites jornalísticos, a soma de 75% afirmaram que leem informações do jornalismo “algumas vezes” ou “raramente/nunca”, dado similar ao número de adolescentes

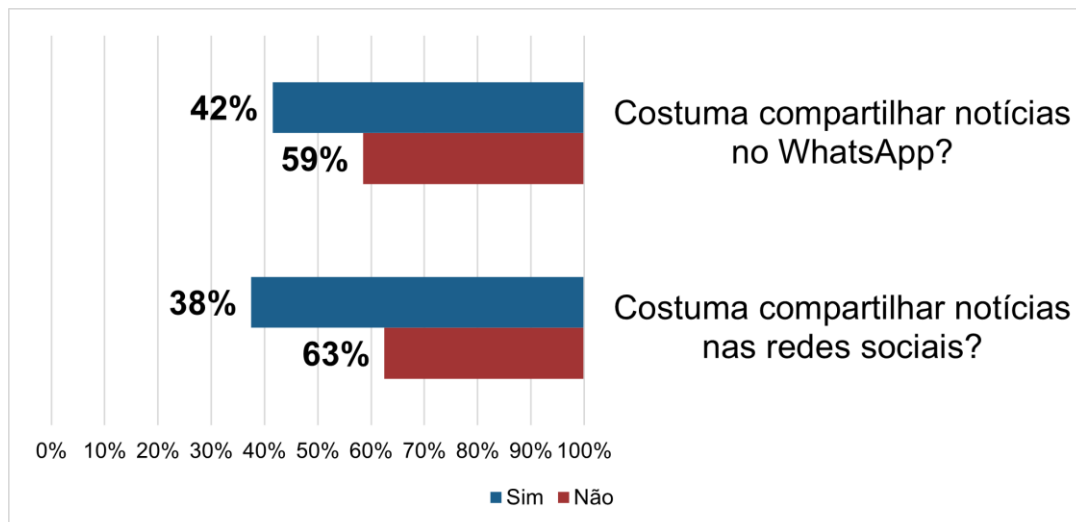


que leem com as mesmas frequências os blogues e outros sites de notícias. Aliás, a leitura mostrou-se como sendo uma prática pouco explorada pelos entrevistados. Tanto a leitura de outros blogues, quanto a leitura de e-mails, tiveram desempenho médio de 18% e 16%. Quando comparado ao número de jovens que partilham conteúdos nas redes sem consultar a veracidade, 32%, pondera-se que o baixo interesse pela leitura, aliado à falta de comportamentos convergentes na busca de outras fontes, pode contribuir com a desinformação nas redes.

Por fim, tendo em vista os hábitos de consumo nas redes nota-se uma flexibilidade maior para o consumo de conteúdo e mídia voltado para o entretenimento. Neste ponto, observa-se que a rede pode ser compreendida pelos inquiridos como espaço de lazer e interação. Do ponto de vista da convergência, nota-se um comportamento pouco explorador em relação aos média de informação, consecutivamente evidencia-se pouco envolvimento com as narrativas produzidas pelo jornalismo.

#### **6.4. Comportamento na partilha de informações**

Especialmente no Brasil, como vimos no capítulo III, com as jornadas de 2013, a relação entre a partilha de informações nas redes por parte dos jovens e a disseminação de desinformações versam de longa data. Desta relação casual, do qual outros discursos impulsionam-se pela força da partilha, surge a necessidade de se pensar o jovem e a desinformação. Ainda mais quando avaliamos a baixa adesão dos jovens quanto ao consumo de informações jornalísticas, como visto no gráfico 10. Ponderando sobre o comportamento de partilha nas redes, foi questionado aos estudantes se eles costumam compartilhar informações nas redes. Aqui o WhatsApp aparece separado das “redes sociais”, com o intuito de identificar com clareza a potencialidade de partilha que a plataforma de mensagem indica no cotidiano dos estudantes.



**Gráfico 11:** comportamento de partilhas nas redes e plataforma  
Fonte: elaborado pelo autor (2021)

Sabe-se que a cultura da partilha é a responsável por colocar a disseminação das desinformações num patamar (Delmazo & Valente, 2017) nunca visto na história da comunicação humana. A cultura da partilha participa das nossas relações diárias como um fenômeno que emerge das relações em rede, podendo ser utilizada de forma positiva ou negativa. Se por um lado podemos ter acesso às informações diversas, responsáveis por edificar o conhecimento, do outro surgem as desinformações, capazes de minar sistemas políticos e estabelecer os caos em distintos modelos de sociedades.

Por essa razão considera-se importante averiguar o comportamento de partilha de informações pelos jovens. Ao que se refere à partilha de informações na plataforma WhatsApp, mais da metade, 59%, responderam que não costumam compartilhar informações na plataforma. Ao contrário, 42%, assinalaram que a plataforma de comunicação também é utilizada como meio para compartilhar notícias disponíveis na internet. O número de estudantes que não compartilha informações no WhatsApp pode parecer satisfatório, mas de consideramos que a aplicação está presente na rotina de 96% deles (como visto do gráfico 09) e que um que compartilha informações na plataforma tem uma rede de contatos, o dado ainda sim gera preocupação.

Em relação ao compartilhamento em outras redes sociais, 63% responderam que não têm o hábito de compartilhar informações. Por outro lado, 38% afirmaram que sim, costumam compartilhar informações nas redes sociais.

## 6.5. PERCEPÇÕES E POSSÍVEIS LITERACIAS PARA O USO DOS MÉDIA DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

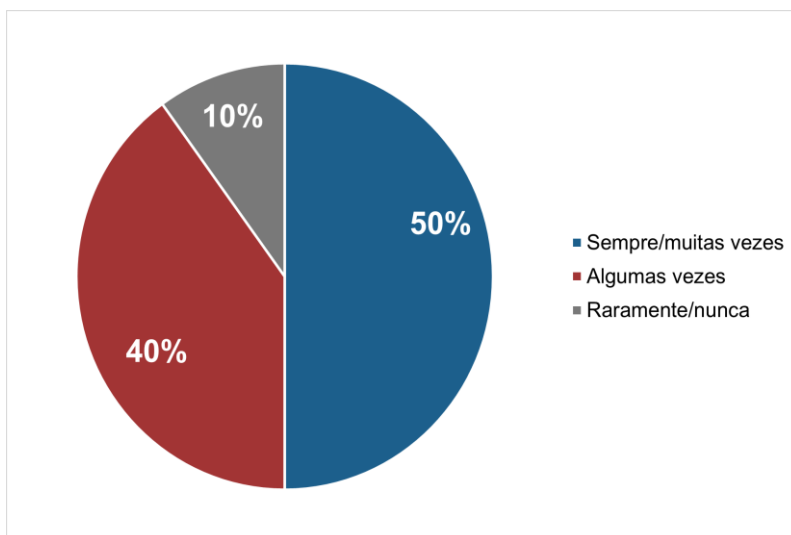
### 6.5.1. O que os jovens pensam das informações que circulam nas redes?

Como vimos no decorrer desta pesquisa, as novas tecnologias digitais, a convergência entre os média e a comunicação em rede impôs mudanças na forma como a informação é distribuída, percebida e compartilhada. Neste cenário caótico, a convergência entre os média provoca a saturação das informações e impede uma visão mais nítida sobre o que é de fato informação e desinformação.

Assim como convergência fez com que a internet perdesse seu papel de meio de comunicação, transformando-a em média de informação e comunicação (Van Dal, 2014), as informações deixaram de ser um produto do jornalismo e dos média de comunicação para se tornar onipresente. Elas estão nos blogues pessoais, nos média em geral, nas redes sociais, nas aplicações de mensagens... e por estarem em todos os lugares, pode ser que elas também tenham perdido sua relação direta com o jornalismo. Neste movimento constantemente saturado e interativo, perde-se, pela velocidade e falta de literacias, a capacidade de identificar a origem das narrativas que chegam a cada um de nós. Valendo-se das fendas e da instabilidade que a convergência impõe sobre as informações, as desinformações encontram na internet, nas redes sociais e nos dispositivos tecnológicos, o ambiente perfeito para dispersarem.

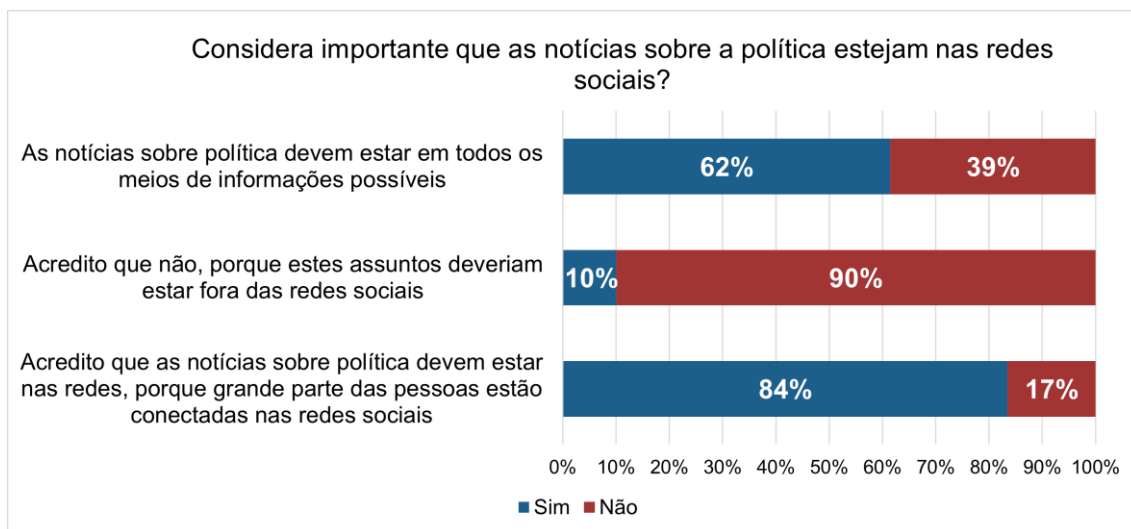
Com esses dilemas que a convergência impõe aos média de informação e nas narrativas do jornalismo, buscamos identificar o que os jovens pensam das informações que circulam nas redes. Para tanto, questionou-se: “Acredita que as redes sociais como o Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, entre outras, podem ser um meio importante para adquirir informação e qualidade?”

Acreditamos ser de suma importância verificar o que os jovens pensam das informações em rede, justamente pelas ambiguidades que a convergência acarreta na percepção do que é informação, o que são média de comunicação, bem como sobre o que é o jornalismo. Isso justifica-se, pois, considerando o “borramento” que a convergência impõe aos média (Primo, 2010), a educação escolar pode contribuir de certo modo para delimitar os contornos que definem os média, as redes, a informação, o jornalismo e a desinformação.



**Gráfico 12:** as redes sociais são meios confiáveis para adquirir informações?  
 Fonte: elaborado pelo autor (2021)

Como indica o gráfico acima, metade dos estudantes, 50%, acreditam ser importante ter acesso às informações em todas as redes sociais disponíveis. Além destes, outros 80 estudantes, 40%, assinalaram que “algumas vezes” é relevante ter acesso às informações nas redes. Apenas 10% referem que raramente ou nunca é importante ter acesso às informações nestes meios.



**Gráfico 13:** o que pensam sobre as notícias sobre a política nas redes sociais  
 Fonte: elaborado pelo autor (2021)

Sabendo que as desinformações que circulam no Brasil abordam, em sua grande maioria, assuntos sobre política e as ciências (Massarani et al, 2019), questionamos aos jovens estudantes sobre o que eles pensam sobre as informações políticas estarem disponíveis nas redes.

“Considera importante que as notícias sobre a política estejam nas redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, entre outros)?” Com o intuito de identificar de maneira mais precisa o que os estudantes pensam, foi possibilitado nesta questão a escolha de mais de uma opção.

Brites (2015) refere que para os jovens

A política é tida como distante, difícil de entender e algo com que terão de se preocupar apenas em adultos. A própria definição do que é política torna-se difícil, porque, apesar de todos os protestos públicos a que temos assistido nos últimos anos, este continua a ser um debate a ter entre portas, evitando discussões fora de casa que possam revelar-se problemáticas; a escola também não facilita tal debate, apesar de ser lá que as crianças e os jovens passam mais tempo (Brites, 2015, p. 09).

Apesar do gráfico 12 indicar que 50% dos estudantes, ou seja, a metade dos inquiridos, considerarem relevante que as informações estejam em todos os lugares, no gráfico 13, 62% assinalaram que “as notícias sobre política devem estar em todos os meios de informações possíveis.” Um número ainda maior de participantes relaciona a participação dos indivíduos em rede com a necessidade de se abordar assuntos políticos em todos os meios. Para 84% deles, é importante que as notícias sobre política estejam nas redes sociais, pois a rede integra uma parcela significativa de pessoas.

Os números denotam o reconhecimento que os jovens estudantes atribuem à política e aos assuntos que permeiam este universo.

Do total, apenas 20 inquiridos, que representam 10% da amostra, acredita que as notícias sobre política não deveriam circular em todos os meios “já que as redes sociais foram pensadas apenas para lazer e interação entre as pessoas.”

Embora os números satisfatórios de estudantes percebam a importância de as notícias sobre política estarem em todos os lugares, julga-se significativo pontuar novamente que o interesse dos jovens em participar dos assuntos políticos também parte dos meios que se movimentam (Brites, 2015). Desta forma, assim como o ambiente familiar deve se encarregar de motivar os jovens na busca por informações que possam contribuir para a compreensão crítica da sociedade e suas organizações, a escola deve assumir o compromisso de exercitar a leitura crítica dos média, bem como das narrativas políticas aos estudantes.

### 6.5.2. Práticas de checagem das informações

Apesar de constituírem a geração mais familiarizada com as novas tecnologias de comunicação, os jovens podem desempenhar baixo nível de literacia para checagem das informações que chegam até eles. Tendo esta indagação, pretendeu-se identificar o comportamento dos adolescentes para com as informações recebidas, compartilhadas e com os mídia de informação.

O hábito de checagem das informações pode contribuir com o desempenho da literacia para leituras transmediáticas, uma vez que os jovens se veem diante da possibilidade de criar seu próprio caminho na busca por confirmar a veracidade das informações recebidas. Ao confirmar as informações recebidas nas redes, são potencializadas as capacidades individuais de pesquisas e de leituras que contribuem para a assimilação crítica das narrativas.

Um estudo publicado pela Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OECD, na sigla em inglês) em 2018, indicou que 67% dos estudantes brasileiros, de 15 anos de idade, não conseguem identificar o que é fato e o que são opiniões ao lerem textos. O relatório intitulado “*21-st-Century Readers: Developing Literacy Skills in a Digital World*”<sup>28</sup> e aplicado em 79 países, reconhece que embora os adolescentes tenham familiaridade com as tecnologias, isso não os torna habilitados para compreender e distinguir todas as informações recebidas pela internet.

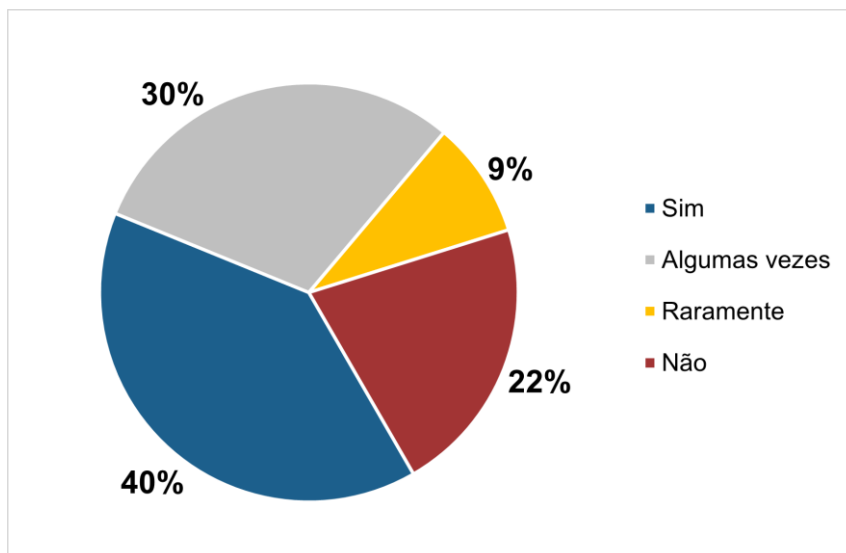
Embora esses fatores sejam importantes, fornecer aos alunos dispositivos digitais conectados à Internet não é suficiente para garantir que se tornem proficientes na alfabetização digital e, ao mesmo tempo, evitem riscos *online*, como desinformação ou violação de privacidade (OECD, 2018, p. 43). O relatório também destaca o papel dos professores e da escola no esforço de proporcionar aos estudantes ferramentas que os permitam entender diferentes formas de leituras e perspectivas de um texto.

Tendo como objetivo identificar o comportamento de checagem das informações por parte dos adolescentes, propomos aferir quantitativamente este hábito em três níveis: (1) a checagem das notícias que chegam pelas redes; (2) o interesse em consultar a veracidade das notícias antes de compartilhá-las nas redes sociais e o (3) empenho para checar a origem da informação, passando pelo meio e o profissional que assina a informação.

---

<sup>28</sup> Relatório disponível em: <https://www.oecd.org/publications/21st-century-readers-a83d84cb-en.htm>

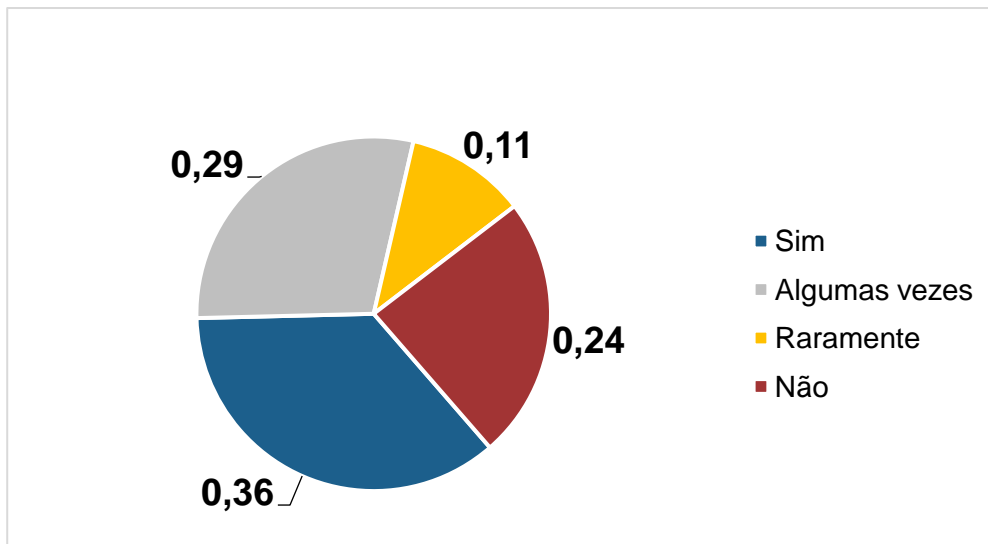
No gráfico 14, propomos a seguinte questão: “Costuma checar as notícias ou informações encontradas nas redes sociais antes de compartilhá-las?”. Do total de inquiridos, 79 adolescentes disseram que sim, costumam checar a veracidade das notícias que chegam até eles pelas redes – o número representa 40% dos jovens.



**Gráfico 14:** práticas de checagem das informações antes de compartilhá-las  
Fonte: elaborado pelo autor (2021)

Os jovens que não têm o hábito de checar informações e fazem isso uma vez ou outra representam 30% dos estudantes, valor similar à soma dos estudantes que raramente ou nunca checam as informações, que é de 31%. Apesar da maioria dos estudantes responder que sim, costuma checar as informações partilhadas, a soma dos que não tem o hábito de checagem das informações, o que o faz algumas vezes e raramente, somam 60% dos jovens participantes. Ou seja, a maioria dos adolescentes das escolas públicas avaliadas não têm o hábito consolidado de confirmar a veracidade das informações que chegam pelas redes sociais e plataformas digitais antes de compartilhá-las nas redes.

Mais adiante, com o intuito de perceber se os adolescentes recorrem a outras plataformas ou meios para comparar as informações que chegam até eles antes de compartilhá-las, questionou-se: “Antes de compartilhar uma notícia, você se certifica de pesquisar a mesma informação em outros meios e plataformas?”

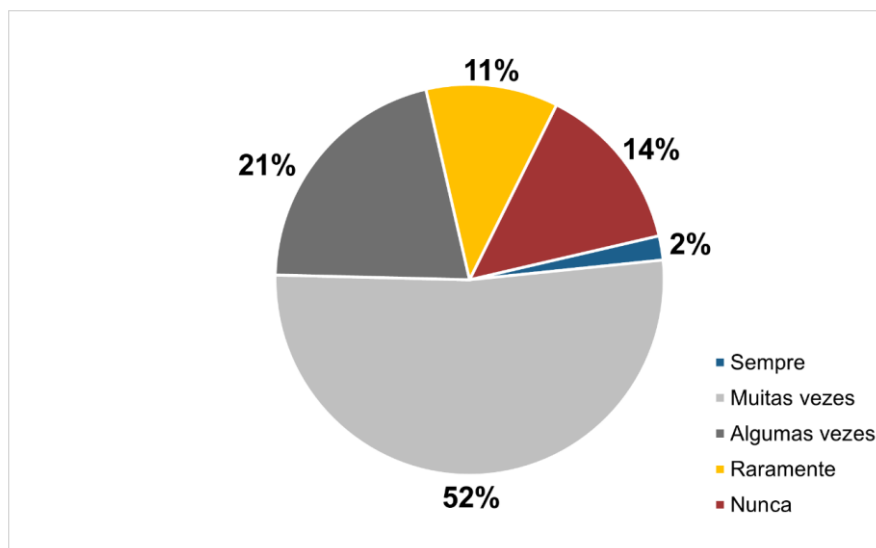


**Gráfico 15:** práticas de comparar as informações em outros média  
Fonte: elaborado pelo autor (2021)

Em relação à questão, os números do gráfico 15 apresentam pouca variação em comparação aos dados anteriores. A maioria (36%) assinala que sim, frequentemente comparam as informações nos média e plataformas antes compartilhá-las nas redes. A seguir, 29% afirmam que fazem isso apenas “algumas vezes”. Já o número de jovens que admitem não comparam as informações em outros meios é de 24%, valor superior aos números de estudantes que fazem isso raramente, 11%. A soma dos que “raramente” e os que “não” checam as informações chega a 36% no total, evidenciando que a rotina de consumo de informação dos jovens não prioriza a comparação das informações que chegam até eles em outros meios, como no caso os que têm credibilidade jornalística.

Por último, tencionamos indicar o desempenho dos estudantes quanto à credibilidade dos média e dos profissionais que assinam as notícias e informações disponíveis nas redes. Para tanto, lançamos a seguinte questão: “Considera que seja importante confirmar a seriedade do meio (site de notícia, blogue, redes sociais), bem como consultar a credibilidade do jornalista antes de ler, comentar e compartilhar uma notícia?”





**Gráfico 16:** concepção sobre a seriedade dos meios (site, blogue, redes sociais, etc) e credibilidade dos jornalistas  
Fonte: elaborado pelo autor (2021)

Quantos aos dados indicados no gráfico 16, correspondem a seguinte questão feita aos estudantes: “Considera ser importante confirmar a seriedade do meio (site de notícia, blogue, redes sociais), bem como consultar a credibilidade dos jornalistas antes de ler, comentar e compartilhar uma notícia?” Assim, quando questionados sobre a relevância de se pesquisar a credibilidade dos meios e dos profissionais antes de partilhar informações, 52% acreditam que muitas vezes isto é importante. No geral, apenas 2% assinalaram que é sempre importante checar a credibilidade dos meios e dos profissionais antes de partilhar notícias e informações recebidas nas redes. Na soma, os jovens que pensam ser relevante checar a credibilidade dos meios e profissionais “algumas vezes”, “raramente” ou “nunca” é de 46%. Contudo, esta questão demonstrou inconsistência quando comparada com as respostas anteriores. No gráfico 15, por exemplo, 40% dos adolescentes consideram importante checar as informações antes de compartilhá-las. No gráfico 16, 36% pensam ser relevante comparar as informações em outros meios.

Neste caso, a hipótese que surge com os dados quantitativos é que existe uma certa incerteza por parte dos jovens estudantes sobre os comportamentos e caminhos para checar as informações nas redes. Ou seja, embora tenham a compreensão da urgência da checagem dos fatos recebidos, pouco sabem dos caminhos a seguir para fazê-lo. Isso porque a busca pela desconstrução da desinformação não parte apenas da interpretação do conteúdo em si, como

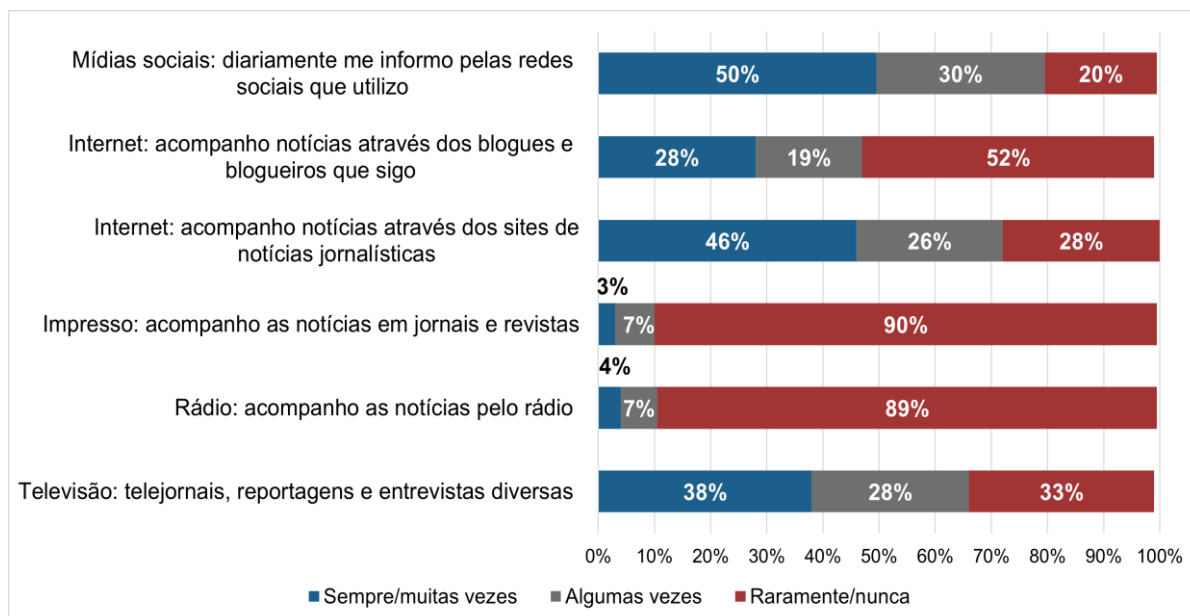
também dos interesses por trás da produção. Para tanto, deve-se manter um olhar atento aos interesses e a credibilidade dos média, veículos e profissionais por trás da informação.

A limitação quanto ao consumo de diferentes média, bem como a insuficiência nos hábitos de checagem e comparações das informações, não incide apenas na dificuldade dos jovens em reconhecer uma desinformação, mas também na ausência de domínios para a construção do percurso transmediático para a checagem dos fatos. Isto sugere a vulnerabilidade dos jovens diante da dificuldade de verificar o que é verdadeiro do que é falso e, assim, levanta questões: será mesmo que os jovens conseguem identificar o que é informação e desinformação? Quais critérios usam para duvidar dos conteúdos recebidos? De que modo é feita a checagem dos fatos? Como avaliam a influência das notícias falsas na sociedade? Quem ou quais fontes são confiáveis?

### 6.5.3. Práticas utilizadas para buscar informações

Neste tópico tencionamos reconhecer os meios com que os estudantes usam para buscar informações e se manterem informados. Nesta questão foi permitida a escolha de mais de uma opção, já que as opções abaixo podem ser associadas no dia a dia dos adolescentes para obterem informações. De modo geral, os jovens inquiridos têm como característica em comum a presença cotidiana da internet e dos *smartphones* e isso reflete no modo como estes consomem informações.

Como já visto, no Brasil a penetração da internet é maior e pode equiparar-se aos média tradicionais como a televisão. A informação em rede se destaca em relação a potencialidade descentralizada de distribuição das informações (Ortellado & Ribeiro, 2018). Sabendo disso, o meio com que os estudantes usam para adquirir impacta diretamente na quantidade e na qualidade das informações recebidas.



**Gráfico 17:** média usados para se manterem informados

Fonte: elaborado pelo autor (2021)

No gráfico 17, os média que aparecem com baixo índice de usabilidade entre os estudantes estão os jornais e as revistas impressas, seguido do rádio, respectivamente com 3% e 7% de adesão. A televisão e as produções televisivas no âmbito do jornalismo aparecem com 38% no total consumidores. Em primeiro lugar no uso diário como meio para obter informações concentram-se as redes sociais, com 50% dos jovens, a metade da amostragem. A internet com as produções do jornalismo aparece com 46% e, a seguir, a rede aparece no cotidiano de 28% dos estudantes, através de blogues e blogueiros disponíveis nas plataformas digitais.

Como esperado, a internet é a força impulsionadora na transmissão de informações aos jovens. As três primeiras questões que abordam a rede, somadas, atravessam o cotidiano de todos os jovens participantes. Analisando este comportamento que prioriza à internet, mas, principalmente, às redes sociais como principal meio para adquirir informação, acende-se também um alerta. Em primeiro lugar porque, como vimos, é a internet quem ajuda a criar e a potencializar as desinformações (Ramonet, 2012; Meneses, 2018; Chistofolletti, 2018; Nemer, 2020) numa escala sem precedentes, uma vez que esta permite a participação de todos os atores sociais que, assim, também passam a disputar espaço da informação com o jornalismo (Spinelli & Santos, 2018).

Em segundo lugar, a partir deste tópico, também podemos problematizar sobre a falta de comportamento convergente por parte dos jovens. Nota-se uma tendência dos jovens em consumir

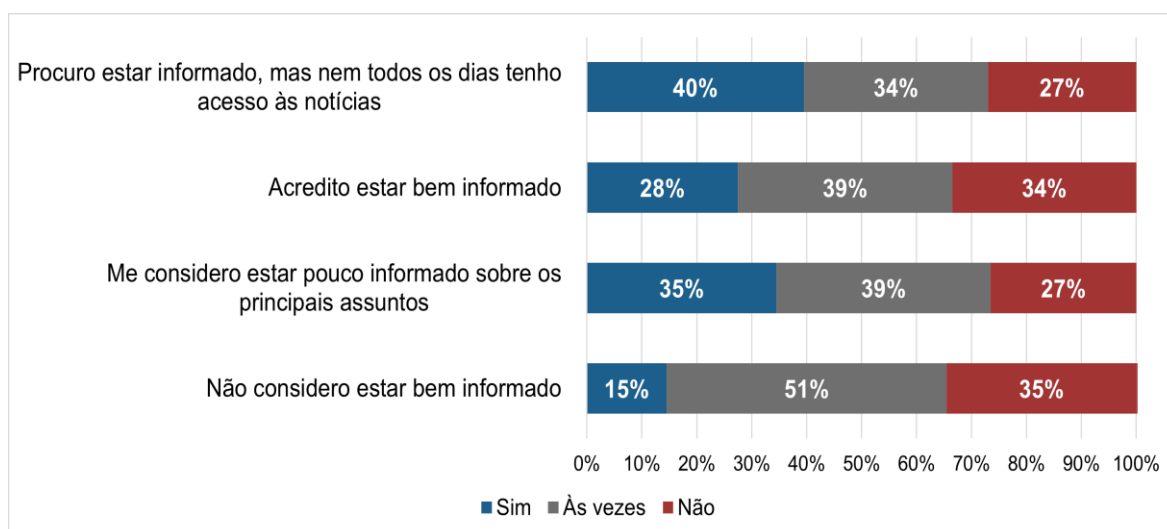
informações a partir das redes digitais. Em outras palavras, se a convergência diz respeito à integração de todos os média para a circulação das narrativas, os estudantes privilegiam as informações nos ambientes digitais.

Desta forma, podemos referir que ao priorizar as redes implica aos jovens a redução de outras perspectivas abordadas nas informações. Sendo assim, as compreensões dos fatos retratados são reduzidas a partir do consumo mediado principalmente pelos média sociais e as redes digitais. Mesmo sabendo que a trajetória dos jovens passa pelo mundo digital, os média tradicionais integram a realidade fora das redes e colaboram na promoção das narrativas sociais.

#### **6.5.4. Percepções sobre informação pessoal: autoavaliação**

Hoje as desinformações chegam a todos principalmente pela internet, e a convergência entre os média digitais e tecnológicos, junto com as redes sociais, é quem mais se responsabilizam pela disseminação em massa. Se por um lado a convergência influencia na multiplicação de informações, por outro a falta de comportamento que contempla a convergência pode afetar a compreensão dos fatos narrados pelos média de informação. Nesta realidade, habita também uma certa dualidade em relação à convergência, já que nem sempre a maior quantidade de informações recebidas é sinônimo de estar bem informado (Fontcuberta, 1999). Ademais, como postula Coimbra (2010), os excessos informativos também podem causar saturação das informações e serem convertidos em desinformação.

Em consequência à falta e aos excessos de informações, questionou-se aos jovens sobre como eles se sentem em relação ao domínio de informação. Por isso, o gráfico 18 representa a autoavaliação em relação ao domínio das informações.



**Gráfico 18:** percepção dos estudantes sobre “estar informado”

Fonte: elaborado pelo autor (2021)

De acordo com 40% dos adolescentes, eles procuram estar bem informados, mas não é todos os dias que eles têm acesso às notícias. Embora os dados anteriores revelem que a internet é frequentemente o meio mais utilizado para se informarem, em segundo lugar, destacam-se os jovens que se consideram estar pouco informados sobre os principais assuntos, representando 35% da amostra. Os estudantes que acreditam estar bem informados em relação aos principais acontecimentos somam 28%. Por fim, apenas 15% deles assinalaram a opção “não me considero estar bem informado.” Em relação à última questão, 51% dos adolescentes responderam que às vezes não se sentem bem informados.

A hipótese para o baixo índice de autoaceitação para o sentimento de estar pouco informado, pode estar ligado à importância atribuída ao ato de estar bem informado. Isto é, como a sociedade atual é construída a partir das informações dos média e das redes, embora os jovens não estejam participando plenamente das informações que circulam na sociedade, nota-se o reconhecimento sobre a importância da informação a partir da negação. Portanto, admitir-se estar desinformado ou mal informado seria o mesmo que afirmar estar fora dos diálogos sociais. Para os jovens, estar fora de algo, pode soar como o sentimento de não estar participando de alguma coisa. Ou seja, admitir-se não estar bem informado, seria o mesmo que dizer “eu não participo disso ou daquilo.”

Para Brites (2015), o sentimento de fazer parte e/ou participar é visto como uma oportunidade de integração social e de partilha, comportamentos que numa perspectiva juvenil esbarra na sensação de pertencimento e não exclusão. A autora escreve que

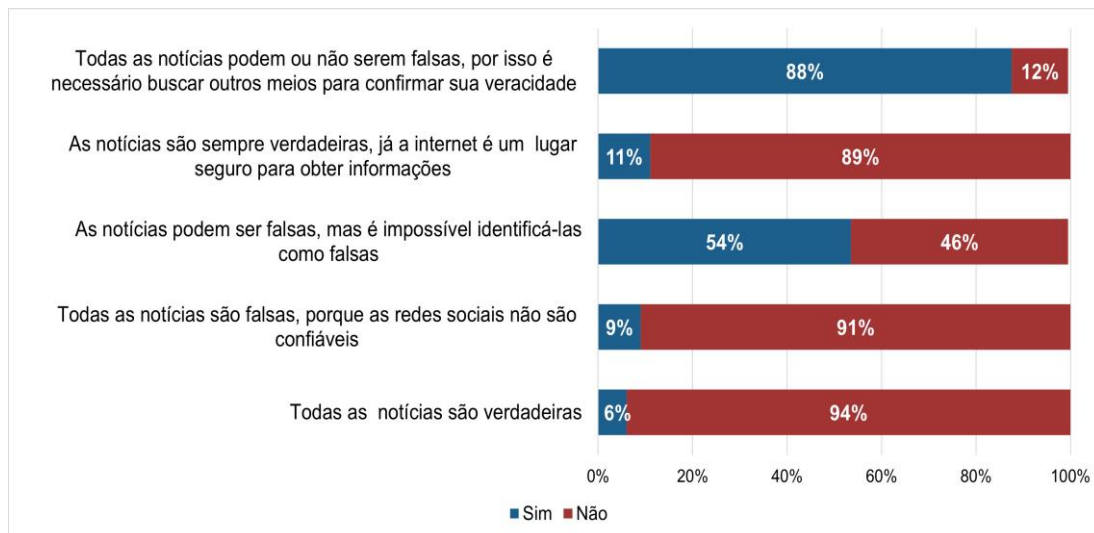
a participação é um processo e não apenas a aplicação isolada de atividades que implicam uma ação por parte dos cidadãos nas comunidades em que se inserem, sejam a nível local, nacional ou transnacional – apesar de o caso particular da participação juvenil poder ser, sobretudo, entendido a um micronível; implica a partilha de recursos, a negociação de oportunidades e de vontades em processos de decisão; é, também, encarada como um valor muito importante contra a abstenção. De uma forma genérica, a participação poderá ser entendida como integração social, ou seja, incluindo os que são por natureza excluídos, tanto por questões económicas e étnicas, como, por exemplo, de acesso aos meios de comunicação. Todavia, este é um conceito difícil de delimitar, especialmente se pensarmos nas diversas oportunidades de participação com as quais nos deparamos hoje (Brites, 2015, p. 14).

No gráfico abaixo (19) pretendeu-se identificar como os jovens avaliam a qualidade das informações encontradas nas redes, bem como as redes são compreendidas por eles como meio para obtenção de informações credíveis. Massarani et al (2019) referem sobre as dificuldades que existem entre os jovens em distinguir a qualidade das informações na internet:

Os ambientes online, sobretudo as redes sociais digitais, são determinantes para a rapidez e a facilidade com que as notícias falsas são fabricadas e distribuídas. Algumas características de tais ambientes – tecnologia de edição e publicação acessível e barata, dificuldade em identificar a origem dos conteúdos em circulação, algoritmos que entregam uma dieta informacional baseada em preferências identificadas – ampliam o alcance das fake news (Massarani, et al, 2019, p. 03).

Tendo como base as dificuldades que existem em identificar o que é informação e desinformação nas redes, questionou-se aos jovens: “Você acredita que todas as notícias que circulam nas redes sociais são verdadeiras?”

Maioritariamente os estudantes, representados no gráfico 19, assinalaram a opção que melhor representa a qualidade das informações advindas das redes sociais. Contudo, 88% referem que nas redes sociais “todas as notícias podem ou não ser falsas, por isso é necessário buscar outros meios para confirmar a sua veracidade”. Em segundo lugar, a opção com maior número de concordância entre eles, 54%, é que nas redes sociais “as notícias podem ser falsas, mas é impossível identificá-las como falsas. Neste ponto, evidencia-se a dificuldade que os adolescentes têm em traçar um caminho para a checagem das informações. Sabendo que tudo que está disponível nas redes sociais é passível de ser confrontado com a verdade, a confiança dos alunos de que é impossível identificar uma “notícia falsa” acende um alerta sobre a relevância de indicar caminhos básicos que facilitem a identificação de uma desinformação.



**Gráfico 19:** opinião dos jovens sobre as notícias que circulam nos média digitais

Fonte: elaborado pelo autor (2021)

Os que acreditam que as informações que circulam nas redes são sempre verdadeiras, porque a internet é um lugar seguro, somam 11%. Já os que julgam que as informações nas redes são sempre falsas, pois estas não são confiáveis, representam 9% no número de inqueridos. Apenas uma minoria, 6%, confiam que todas as informações que circulam nas redes digitais de sociabilidade são verdadeiras.

### 6.5.5. Percepções sobre o jornalismo e as informações jornalísticas

A notícia é um conceito aberto e cada um pode definir o que notícia para si de acordo com as suas bagagens e vivências (Fontcuberta, 1999). Esta definição molda-se de acordo com as transformações da sociedade em que está inserida. Contudo, em via de regra, em qualquer recorte de tempo as notícias fomentam a participação dos cidadãos nos debates, provocando mudanças por meio do acesso à informação. Neste caso, a informação atua como antídoto à ignorância imposta por quem detém o poder sobre os demais, servindo de instrumento de liberdade. Desta forma não há equívoco ao afirmar que “ninguém é livre” e “nenhuma sociedade pode ser livre” sem o pleno acesso às informações. Acrescenta-se ainda que nenhum indivíduo é capaz de tomar decisões assertivas sem ter o conhecimento dos acontecimentos que refere à sua realidade política, social e cotidiana (Hudec, 1990; Spinelli & Santos, 2018).

Para Brites (2015, p. 37), os média noticiosos desenvolvem um papel importante na monitorização da esfera pública, proporcionando uma relação mais colaborativa entre os cidadãos,

organizações e a política. Nesta relação prevalece o aumento da participação dos integrantes sociais nos debates e, conseqüentemente, amplia-se o fortalecimento da democracia. De acordo com a pesquisadora, apesar das informações não determinarem a forma como devemos pensar, elas indicam sobre o que devemos pensar. Diante da infinidade de informações recebidas diariamente, as informações pautadas pelo jornalismo sugerem a urgência dos assuntos que merecem destaque, atenção e reflexão.

Durante décadas os média de informação e a educação escolar estiveram de lados opostos, trabalhando cada um à sua maneira. Mas a dinâmica da sociedade atual reclama novas propostas de promoção do conhecimento. Nestes tempos a informação constitui um direito básico, já que indica a possibilidade de participação. O Conselho da Europa, assim como a UNESCO, reconhece que a informação é um princípio básico para a cidadania.

A educação para os média permite que as pessoas exerçam seu direito à liberdade de expressão e à informação. Não é apenas benéfico para o seu desenvolvimento pessoal, mas também aumenta a participação e interatividade na sociedade. Nesse sentido, prepara-os para a cidadania democrática e a consciência política (Conselho da Europa, 2020).

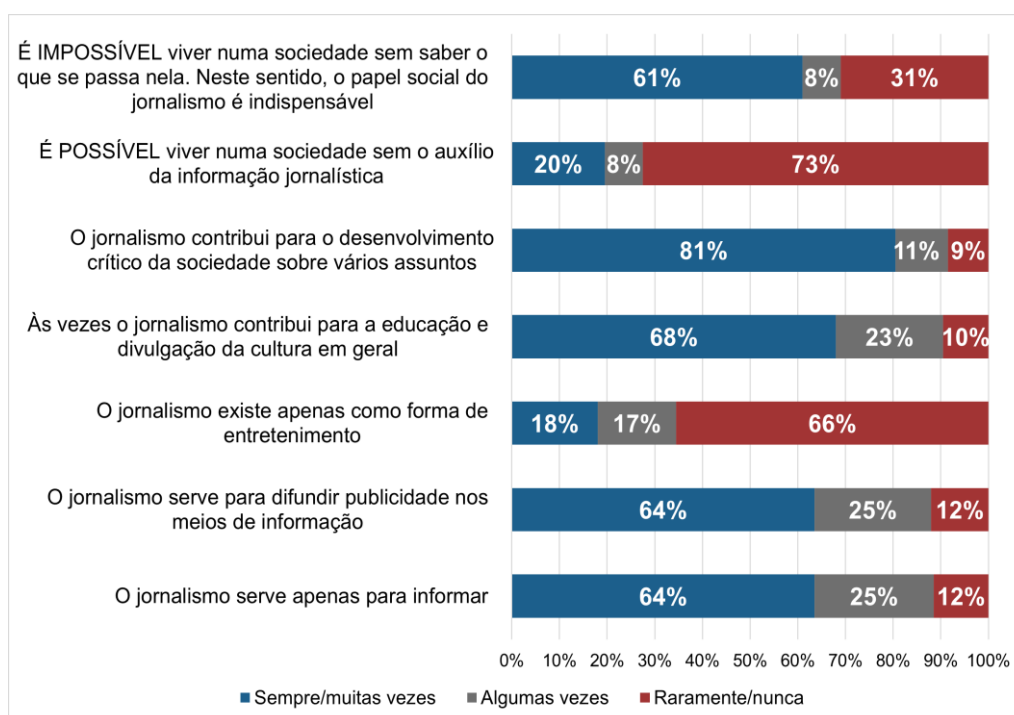
Compreendendo o papel dos média de informação - do qual faz parte o jornalismo - como promotor do pensamento crítico, concebe-se que o estreitamento das relações entre a educação e o jornalismo é determinante para a promoção de uma pedagogia libertadora (Freire, 1987). Neste ponto, segundo Brites (2015, p. 38), é possível conceber que a literacia para o jornalismo também diz respeito à literacia para a cidadania.

A partir destas ponderações, buscou-se identificar o modo como os jovens estudantes relacionam o papel do jornalismo e a importância atribuída aos média de informação jornalística na sociedade. “Para que serve o jornalismo?”. Numa realidade mediática cada vez mais nebulosa, em que os média do jornalismo perdem o monopólio da informação, pondera-se que, talvez, estes também possam perder o seu real propósito na concepção dos estudantes. Enquanto no passado o jornalista, o jornalismo e a informação jornalística tinham papéis mais definidos e, portanto, sendo mais fácil a assimilação sobre suas utilidades, o desafio atual é justamente demarcar as limitações sobre cada segmento dos média de informação.

Saber identificar o que é o jornalismo e compreender qual é a finalidade da informação jornalística em uma sociedade, acaba por integrar novos domínios de literacias que são indispensáveis nesta configuração de sociedades multimédia e multi-informacional.



Perceber como os estudantes de escolas públicas brasileiras assimilam o ofício do jornalismo pode contribuir para identificar a função que o jornalismo desempenha no imaginário dos estudantes. Por outro lado, também pode fomentar o empenho dos profissionais da educação, dos produtores dos média de comunicação e informação, na busca de métodos que possam colaborar para a educação mediática dos jovens. Neste sentido, empenhando-se, primeiramente, na clarificação sobre qual é o real papel do jornalismo e da informação no dia a dia. Para, então, esclarecer quais são os riscos inerentes à ausência da informação e aumento da desinformação nas sociedades.

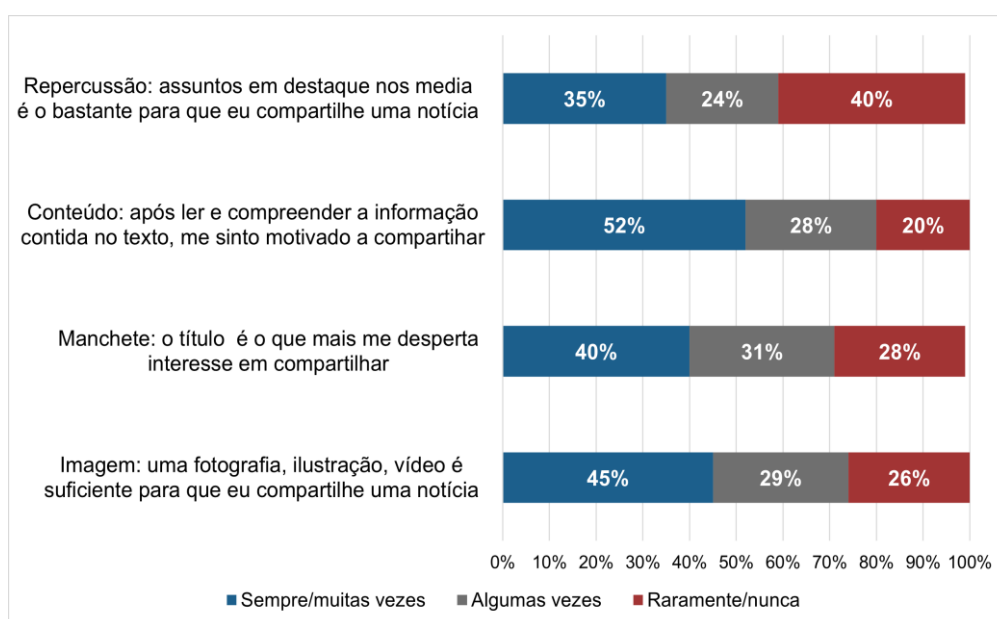


**Gráfico 20:** percepções dos jovens sobre o jornalismo  
Fonte: elaborado pelo autor (2021)

De modo geral, a maioria dos estudantes (81%) respondeu que “o jornalismo contribui para o desenvolvimento crítico da sociedade sobre vários assuntos.” Apesar de ser uma definição sucinta, esta opção é a que melhor representa a importância que o jornalismo ocupa na sociedade, tendo como base as referências utilizadas nesta pesquisa. Apesar disso, 68% assinalaram a opção que afirma que “às vezes o jornalismo contribui para a educação e divulgação da cultura em geral.” A seguir 64% referem que “o jornalismo serve apenas para difundir publicidade nos meios de informação” e igualmente a mesma proporção acreditam que “o jornalismo serve apenas para informar.”

Embora grande parte dos estudantes saibam identificar a função do jornalismo no contexto social e 61% concordarem que é “impossível viver numa sociedade sem informação e sem o jornalismo”, as respostas do gráfico 22 detonam as inconsistências que se assentam sobre a assimilação do jornalismo por parte dos jovens. A dificuldade que os estudantes indicaram ao perceber o desempenho do jornalismo na sociedade justifica-se também – mas não apenas a este fato - ao distanciamento da educação escolar com os média de informação. Neste sentido, como pontua Livingstone (2004), é preciso pensar em formas de estreitar a relação da educação com os média. Especialmente nestes tempos em que as desinformações atuam também através da força dos cidadãos que não detêm os conhecimentos sobre o jornalismo, os processos jornalísticos e os princípios que permeiam os média de informação. Neste ponto, embora façamos menção ao suposto distanciamento que pode haver (no caso das escolas em questão) entre a escola e os média, não exime do jornalismo a responsabilidade de atuar como uma ferramenta educativa. A busca pelo uso da transmedialidade, a partir da produção de narrativas em profundidade, com multiplicação de vozes, com a abertura de canais de participação... , além do compromisso ético com a sociedade, também contribuem para a educação dos jovens.

Portanto, conhecer como os média de informação e do jornalismo funcionam é necessário, principalmente nesta realidade em que a comunicação digital ocupa um lugar de formação de habilidades não cognitivas aos jovens. Isto é, nestes tempos os adolescentes aprendem mais com a realidade dinâmica do mundo mediático que circula nas redes do que com os materiais didáticos oferecidos dentro das escolas.



**Gráfico 21:** elementos que despertam interesse para compartilhar informações  
Fonte: elaborado pelo autor (2021)

Como as desinformações atingem os média digitais e tecnológicos através do apelo emocional, ideológico, apoiando-se em preconceitos generalizados e comprovações especuladas sem embasamentos (Gallo, 2017; Meneses, 2018; Nemer, 2020), capazes de despertar diferentes sentimentos no público que se sentem motivados a compartilhá-las, o gráfico 24 busca pontuar as características que despertam interesses nos jovens a compartilhar informações.

Segundo Lévy (1990), os compartilhamentos das informações em rede contribuem para a construção do hipertexto social em tempo real. Este texto que se movimenta de maneira transmediática em um *continuum*, tendo como base a convergência entre os média, na contemporaneidade, integra informações e desinformações. Por isso, cada compartilhamento em rede afeta a dinâmica social à medida que as informações e desinformações atingem outros sujeitos.

O conjunto das mensagens e das representações que circulam numa sociedade pode ser considerado como uma grande hipertexto em movimento, labiríntico, com cem formatos, com mil vias e canais. Os habitantes da mesma cidade partilham diversos elementos e conexões da megarede comum. No entanto, cada um tem dela uma visão pessoal, terrivelmente parcial, deformada por inúmeras traduções e interpretações (Lévy, 1990, p. 235).

Em contrapartida, o desenvolvimento crítico em relação ao que se compartilha nos média sociais e nas redes digitais pode se opor às desinformações. Dito isso, torna-se relevante pontuar os motivos pelos quais os jovens estudantes sentem-se instigados a compartilhar uma notícia, especialmente porque em tempos de convergência, assim como ocorre com o jornalismo, existe um esforço dos produtores de desinformações em criar conteúdos que gerem participação ativa nos consumidores.

Criadas para despertar interesse e serem compartilhadas diversas vezes, em diferentes formatos, meios e plataformas, em certa medida as desinformações convertem-se em produto que preza pelos princípios transmídia. Ou seja, assim como a construção da narrativa transmedia no jornalismo se aproveita dos materiais produzidos pelo público - áudio, vídeo, comentário e mensagens em fóruns nas redes, etc (Scolari, 2013; Jenkins, 2016), as desinformações fazem uso de todos estes recursos. Inclusive, como algumas desinformações apresentam fragmentos

dos fatos para a produção de falsas verdades, os materiais produzidos pelo jornalismo não estão isentos de serem manipulados e compartilhados.

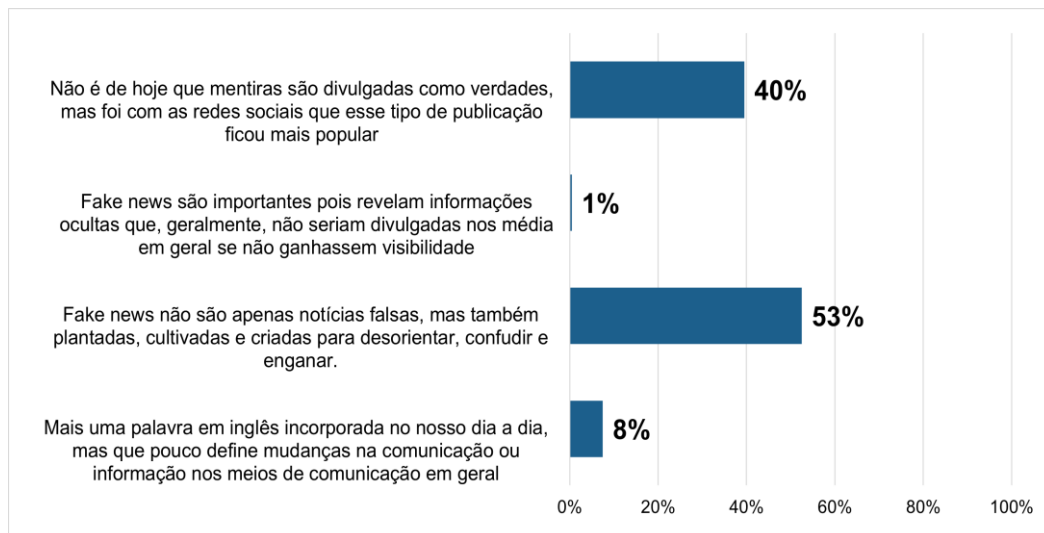
Pouco mais da metade dos adolescentes (52%) afirma que compartilha informações apenas depois de ler o conteúdo da notícia encontrada nas redes. Este número reforça os indícios levantados no gráfico 03, de que os jovens estudantes não priorizam a leitura dos produtos produzidos pelos média de informação e comunicação. Em consequência disso, a imagem, seja ela uma fotografia, uma ilustração ou um vídeo, ocupa um espaço significativo no interesse dos jovens em compartilhar uma informação.

Aproximadamente 45% assinalaram que as imagens são suficientes para que eles compartilhem uma notícia. Este comportamento de colocar a imagem em primeiro plano em detrimento do conteúdo, evidencia os riscos que se assentam nas manipulações imagéticas. Num cenário em que as audiências estão cada vez mais fluídas, e cada vez mais existe a dificuldade de reuni-las em único média, o apelo emocional em imagens manipuladas indica grande força no engajamento, cliques e compartilhamentos.

Para 40% dos estudantes a manchete é mais que o suficiente para que uma informação seja compartilhada. Por último, 35% referem que a repercussão dos acontecimentos é um dos elementos que os instigam a partilhar informações.

#### **6.5.6. Percepções dos jovens sobre a desinformação**

Como visto no capítulo III, a definição de desinformação é ampla e pode variar de acordo com cada pesquisador. Embora cada linha de pesquisa adote um termo ao abordá-la, seja a desinformação (Meneses, 2018) ou *fake news* (Chistofoletti, 2018) existe uma concordância sobre os impactos danosos na sociedade. Independente da forma como é descrita, a desinformação opera com grande força nos discursos e afeta toda a estrutura do tecido social. Ainda que o termo *fake news* esteja presente há alguns anos no dia a dia dos jovens brasileiros, concebendo que os jovens estudantes de escolas públicas podem apresentar diferentes entendimentos do que o termo refere, no gráfico 25, optou-se por identificar de que forma os alunos compreendem às desinformações.



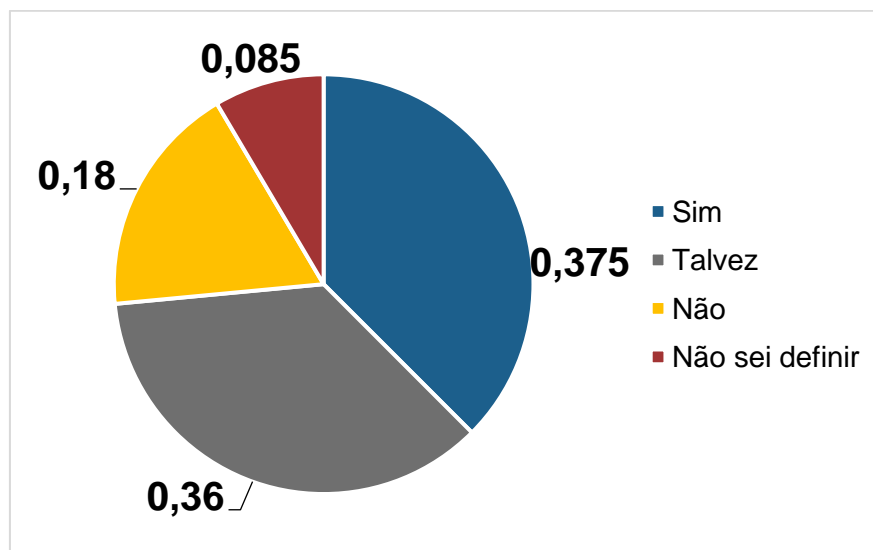
**Gráfico 22:** percepção dos jovens sobre o que é desinformação  
 Fonte: elaborado pelo autor (2021)

Ainda que no decorrer desta pesquisa o termo desinformação seja amplamente adotado, como a designação “*fake news*” está mais integrada à sociedade brasileira, optou-se pelo uso deste conceito nesta questão. Dentre as quatro opções apresentadas, a terceira alternativa, refere à conceitualização de Chistofolletti (2018, p. 62). O autor argumenta que as “*fake news* não são apenas notícias falsas, mas também plantadas, cultivadas e hipertrofiadas para que desorientem, confundam, enganem. Elas viralizam nas redes sociais, espalhadas por indivíduos desavisados ou interessados e por sistemas automatizados, como *bots* e algoritmos.”

Como observado no gráfico acima, pouco mais da metade dos estudantes, cerca de 53%, optaram pela alternativa que remete à definição de Chistofolletti (2018). Ainda que o número de alunos que se identificaram com a definição do pesquisador seja satisfatório, ela representa o posicionamento de 103 participantes. Em seguida, a opção mais adotada pelos estudantes diz que “não é de hoje que as mentiras são divulgadas como verdades, mas foi com as redes sociais que esse tipo de publicação ficou mais popular.” Aproximadamente 40% dos alunos responsabilizam as redes pela disseminação de “mentiras” propagadas como verdade. Neste sentido, ainda que que a outra metade dos estudantes não tenha conseguido identificar a opção que melhor descreve as desinformações, nota-se um comportamento que assimila a problemática a partir da integração das redes sociais. Em outras palavras, embora não tenham conseguido descrever o que são *fake news*, os jovens se mostram sensíveis à causa responsável por facilitar a proliferação das desinformações, as redes sociais.

Para uma parcela mínima, o equivalente a 8%, as *fake news* não representam nada, além de ser uma palavra incorporada do inglês e que passou a fazer parte da rotina dos brasileiros. Assim reforça, mais uma vez, a relevância de incorporar a desinformação como objeto de reflexão, debate e pedagogia que permeia a educação para os média. Finalmente, mesmo que não tenha um valor significativo, apenas 1% dos estudantes acredita que as “*fake news* são importantes para revelar informações ocultas nos média.”

Uma vez publicadas as desinformações tornam-se virais, sendo um desafio para a informação do jornalismo suplantar os impactos causados por elas. Mesmo após desmascaradas pelo jornalismo, seus efeitos podem perdurar de médio a longo prazo. Esta característica da desinformação foi avaliada nos estudos de Keersmaecker e Roets (2017), em uma pesquisa que buscou investigar como as pessoas reestabelecem suas atitudes após se darem conta de que seus posicionamentos foram construídos com base em informações incorretas. Os resultados indicam que a influência do conteúdo falso não pode ser minimizada apenas apontando o erro e mostrando a verdade, pois a mudança de postura depende principalmente da habilidade cognitiva de cada sujeito. Pode se dizer, portanto, que algumas pessoas têm dificuldades de descartar de vez as desinformações, fazendo com que os seus efeitos perdurem a longo prazo.



**Gráfico 23:** percepções sobre partilhas de desinformações  
Fonte: elaborado pelo autor (2021)

Com base na dificuldade que pode haver no autorreconhecimento ao compartilhar desinformações, no gráfico 23 foi questionado aos estudantes se eles acreditam que em algum momento poderiam ter compartilhado “notícias falsas ou *fake news*”. Nesta questão em

específico, cabe admitir o equívoco na formulação da pergunta que apresenta a “notícia falsa/fake news” como sinônimo de desinformação. Pensando que a adoção da ideia de “fake news” poderia estar mais ligado ao cotidiano dos estudantes, mais do que a desinformação, adotamos o termo de modo que, cientificamente, os termos operam de formas bem diferentes e não dizem respeito a mesma coisa. Anna Brisola e Arthur Bezerra (2018), em sua pesquisa “*Desinformação e circulação de “fake news”: distinções, diagnóstico e reação*”, se esforçam em ressaltar os contornos que identificam os dois fenômenos. Os autores argumentam que a desinformação atua como uma forma de linguagem que se aproxima da informação. Por vezes o fenômeno se apresenta como informação pelos próprios mídia de informação para levantar bandeiras de opinião pública para propagar opiniões e/ou minimizar as lutas de classes. Já as notícias falsas são desconectadas com a verdade, “fabricadas com características jornalísticas, mas antecipadamente pensadas para a manipulação e descoladas da verdade” (Brisola & Bezerra, 2018, p. 3323). Mais adiante os pesquisadores argumentam ainda que

Essa distinção entre desinformação (fenômeno mais completo e com diversas facetas e artifícios, como exposto acima) e fake news é fundamental para nortear as ações de coibição ou resistência a cada um dos fenômenos (e a outras variações, como boatos, injúrias e difamações)<sup>6</sup>. No entanto, o termo fake news tem sido utilizado de maneira abrangente, de forma a esbarrar no significado de desinformação. A significância fixada na descrição acima permite categorizar melhor as fake news bem como pensar criticamente os outros tipos de informação que são compartilhados (Brisola & Bezerra, 2018, p. 3323).

Posto as diferenças dos conceitos, confiando que esta questão poderia de alguma forma contribuir para percepção da relação dos jovens na partilha de desinformações, optamos por fazer uso dos dados coletados. Em relação à partilha deste tipo de conteúdo, 38% afirmaram que sim, já compartilharam este tipo de conteúdo.

Em seguida, 36% assinalaram que existe a possibilidade de já terem compartilhado. Os jovens estudantes que acreditam que não compartilharam desinformações correspondem a 18%, seguido dos que referem não sabem identificar se já compartilharam desinformações em algum momento, representando 9% dos inquiridos.

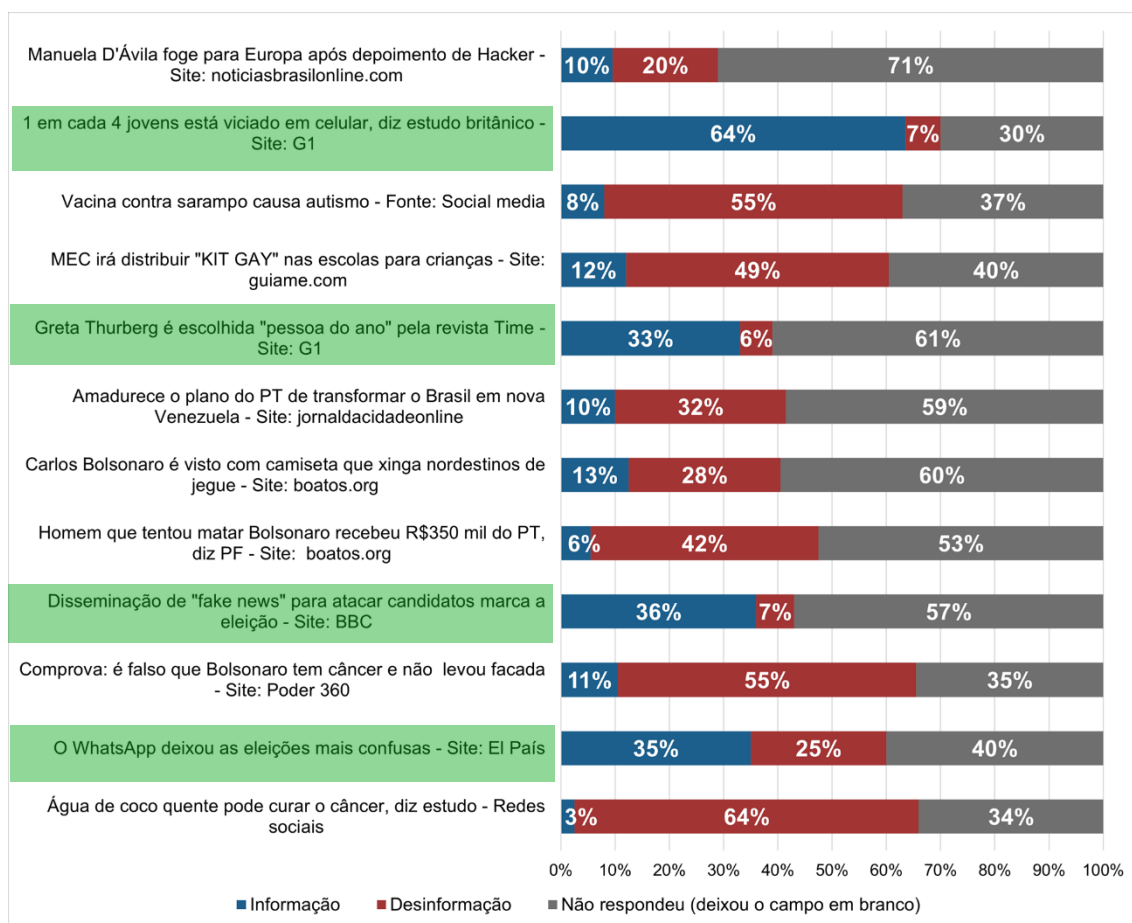
#### **6.5.7. Percepções sobre as informações e desinformações presentes nos mídia do Brasil**

Com o intuito de identificar a percepção que os jovens detêm em relação às notícias que circularam nos mídia e nas redes no Brasil, foi aplicado um teste contendo doze manchetes mais

repercutidas nos últimos anos. Embora a questão seja formulada apenas com o uso de manchetes, sendo uma ferramenta frágil e insuficiente para aferir qualquer forma de literacia para os média, a questão levanta questões quanto a capacidade que os estudantes detêm em identificar o que é informação. Isso porque a leitura crítica das informações nos média nasce também da identificação dos meios aos quais as informações são veiculadas, bem como da identificação dos elementos contidos nas manchetes e que podem extrapolar a realidade dos fatos. Ademais, o desenvolvimento de literacia para as leituras transmídia, fragmentadas, pode surgir com a capacidade de circular entre os média, meios e plataformas. Neste caminho, quanto mais os estudantes circulam entre os média e se deparam com informações, é possível que estejam mais aptos a identificar a identificá-las.

Dentre as manchetes, oito correspondem às desinformações que apareceram com mais frequência no Brasil nas últimas eleições presidenciais. Já as quatro informações, grafadas em verde no gráfico abaixo (24) são assuntos mais recentes, do final de 2019. A partir disso, então, os jovens tiveram que classificar, com base nos seus domínios informativos, quais das manchetes eram consideradas informação e desinformação. As informações foram retiradas de veículos jornalísticos que estão presentes no dia a dia dos brasileiros, com presença nos média digitais, sociais, no rádio ou na televisão. Entre eles o portal G1 e Exame, do grupo Globo, a BBC Brasil e o periódico com versão brasileira, El País. Por outro lado, as desinformações correspondem a páginas nas redes sociais, blogues e sites sem credibilidade jornalística.





**Gráfico 24:** percepções em relação às informações e desinformações nos média do Brasil  
 Fonte: elaborado pelo autor (2021)

Embora ao final de cada manchete constasse a fonte de onde a “informação” foi retirada, nota-se que muitos jovens estudantes tiveram dificuldades em identificar as desinformações, deixando os campos em branco, sem respostas. Mas o que mais chama a atenção neste caso é que os jovens apresentaram dificuldades em relacionar as manchetes aos média do jornalismo presentes no Brasil. Isso leva-nos a ponderar que, talvez, os jovens estudantes de escolas públicas não saibam quais são os média do jornalismo operantes no país. De todos os duzentos estudantes participantes, apenas um foi capaz de relacionar o texto com a fonte de informação, acertando todas as opções. Além disso, pensando que a conversão da desinformação em informação parte do comportamento de convergência, na capacidade de circular entre os média e plataformas, que oferecem distintas informações, como desempenhar o comportamento que integra à convergência sem saber de onde partir e para onde ir?

A manchete com melhor desempenho, com 64% de acerto, indica que “1 em cada 4 jovens está viciado em celular, aponta estudo britânico”<sup>29</sup>. A notícia foi veiculada em novembro de 2019 pelo site G1, quatro meses antes da aplicação dos inquéritos. Para 7% dos jovens, entretanto, esta informação é, na verdade, desinformação.

Em seguida, a notícia “Disseminação de ‘fake news’ para atacar candidatos marca eleição”<sup>30</sup>, divulgada pelo portal Exame em outubro de 2018<sup>31</sup>, dias antes da eleição de Bolsonaro, foi identificada como informação por 36% dos estudantes. Contudo, para 25% essa manchete foi atribuída como desinformação.

Em terceiro lugar, o artigo publicado pelo El País Brasil em junho de 2018, intitulado “O WhatsApp deixou as eleições mais confusas”<sup>32</sup>, foi classificado como informação por 35% dos jovens. 25%, entretanto, indicaram esta opção como desinformação.

Para finalizar, a manchete “Greta Thurberg é escolhida ‘pessoa do ano’ pela revista Time”<sup>33</sup>. A informação divulgada em dezembro de 2019 pelo portal de notícias G1 ganhou repercussão em outros média de informação no Brasil, justamente no período em que a ativista se opunha às medidas impostas pelo Governo Bolsonaro em relação à preservação da região Amazônica. No total, 33% dos estudantes caracterizam a manchete como informação. 6% acreditam que a manchete tratava-se de uma desinformação. Entretanto, 61% não souberam classificar do que se tratava o título, optando pela opção “não se informar”.

Em relação às desinformações, destaca-se, primeiramente, a manchete que anuncia: “MEC irá distribuir ‘KIT GAY’ nas escolas para crianças”. Como visto no capítulo III, esta desinformação ganhou repercussão nacional no Brasil em 2018, sendo um divisor de águas no resultado das eleições, beneficiando o discurso conservador de grupos radicais ultraconservadores. Tempos depois, a desinformação do “KIT GAY” nas escolas ainda gera discussões e, embora já tenha sido caracterizada como desinformação, a “fake news” ainda gera dúvidas. A pesquisa mostra que 12% dos estudantes do ensino médio ainda acreditam que esta desinformação é, na verdade, informação.

---

<sup>29</sup> Notícia disponível em: <https://g1.globo.com/ciencia-e-saude/noticia/2019/11/29/1-em-cada-4-jovens-esta-viciado-em-celular-aponta-estudo-britanico.ghtml>

<sup>30</sup> Notícia disponível em: <https://exame.com/brasil/disseminacao-de-fake-news-para-atacar-candidatos-marca-eleicao/>

<sup>31</sup> Embora no inquérito aplicado esta informação tenha sido atribuída ao site da BBC, optou-se por não suspender as respostas, já que a informação é verdadeira e veiculada por um média também jornalístico, o site da revista Exame.

<sup>32</sup> Notícia disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/05/politica/1538772637\\_350727.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/05/politica/1538772637_350727.html)

<sup>33</sup> Notícia disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2019/12/11/revista-time-escolhe-greta-thunberg-como-pessoa-do-ano.ghtml>

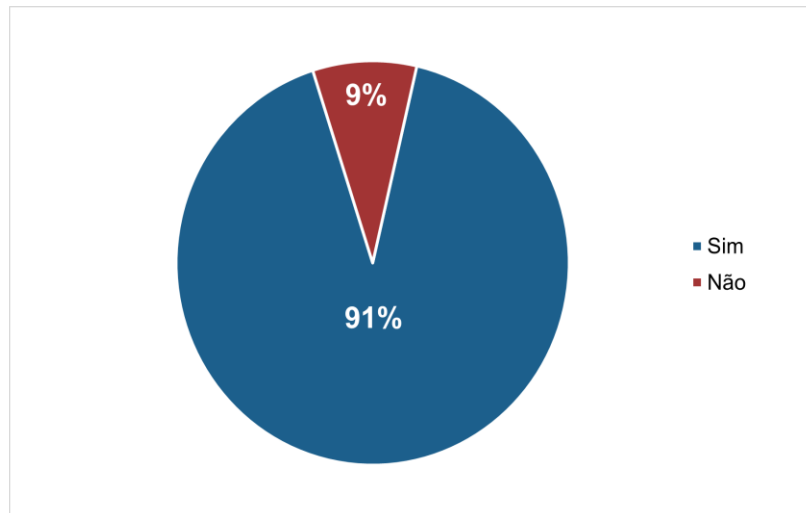
Ainda que 49% dos jovens tenham identificado que a manchete se trata de uma desinformação, 40% não souberam classificar o título como informação ou desinformação. Na soma dos que não souberem distinguir a manchete e os que acreditam se tratar de uma informação, o número dos jovens chega a metade da amostra. E assim reforça, como postulam Keersmaecker e Roets (2017) e Massarani et al. (2019), que uma desinformação, mesmo depois de ser comprovada como tal, continua exercendo influência nas tomadas de decisões, justamente pela sua capacidade de perdurar por tempos.

Como visto no gráfico 24, de modo geral, todas as desinformações apresentadas aos jovens foram classificadas como informação em algum momento, variando entre 3% e 13% de acordo com cada uma delas. Com menor número, a desinformação “Água de coco pode curar câncer, diz estudo”, veiculada nas redes sociais, aparece com 3% dos jovens classificando-a como informação. Já a desinformação “Carlos Bolsonaro é visto com camiseta que xinga nordestinos de jogue”, publicada no site “boatos.org”, foi classificada como informação por 13% dos estudantes.

#### 6.5.8. Percepções de credibilidade dos produtores informativos

A convergência opera influência nos dispositivos tecnológicos, nas narrativas produzidas pelos mídia, como também na próprio profissional que produz informação. Considerando que a convergência diminuiu os contrastes que existiam nos mídia de informação e do entretenimento, o mesmo pode ocorrer em relação à credibilidade dos profissionais que produzem informação jornalística em comparativo com os outros protagonistas mediáticos, como o *youtubers*, blogueiros e influencers.

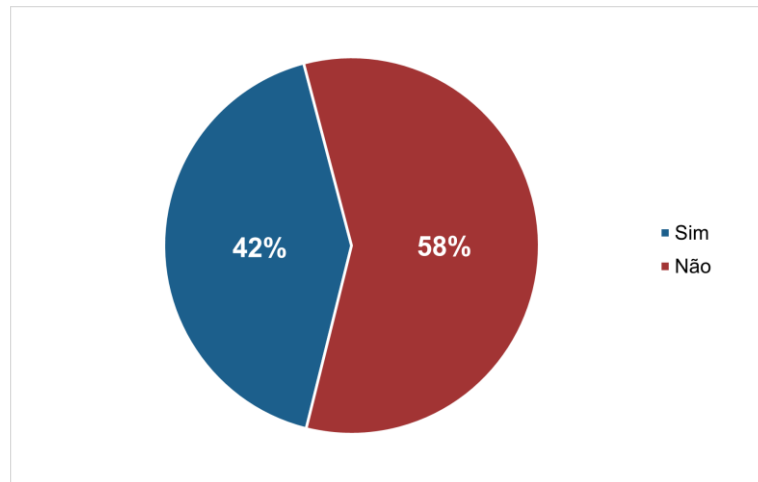
Por esta razão, é oportuno saber o que os estudantes pensam em relação aos jornalistas e *youtubers*, assim como mensurar a noção de credibilidade que estes profissionais demandam no dia a dia dos jovens. A primeira observação indicada no gráfico a seguir é que os *youtubers* estão presentes cotidianamente na vida dos estudantes. Quase a totalidade (91%) dos inquiridos indicaram que seguem um ou mais *youtuber*. O dado denota a influência que estes protagonistas sociais, que ganharam visibilidade nas redes, demandam na vida dos adolescentes. Além disso, o número pode indicar que o jornalista e a informação jornalística disputam espaço na transmissão de informação com os protagonistas digitais em quase todos os estudantes.



**Gráfico 25:** indicador de seguidores de youtubers e influencers  
Fonte: elaborado pelo autor (2021)

Sabendo que a construção da credibilidade é um processo que demanda tempo, empenho, ética e reconhecimento por parte do público em relação aos trabalhos dos jornalistas, a pesquisa questionou aos jovens como eles avaliam a questão “credibilidade” em relação ao *youtuber* Felipe Neto e o jornalista William Bonner. Os profissionais foram escolhidos para servir de exemplo por motivos parecidos: o reconhecimento público. Neto por ser o *youtuber* mais conhecido do Brasil, o primeiro a atingir 1 milhão de seguidores na plataforma de vídeo no país e o segundo *influencer* mais visto no mundo em 2019<sup>34</sup>. Bonner por estar há quase vinte e cinco anos à frente de um dos maiores telejornais do Brasil, numa emissora com audiência satisfatória para TV aberta. Deste modo, mesmo os mais jovens conseguem reconhecer o profissional, ainda que não tenha assistido o telejornal que ele apresenta.

<sup>34</sup> Disponível em: <https://extra.globo.com/famosos/felipe-neto-o-segundo-youtuber-mais-visto-no-mundo-em-2019-24120733.html>



**Gráfico 26:** percepções de credibilidade entre youtubers e jornalistas  
Fonte: elaborado pelo autor (2021)

A pesquisa questionou os estudantes: “Acredita que a informação produzida pelo *youtuber* Felipe Neto tem a mesma credibilidade de um jornalista, como, por exemplo, o William Bonner?” Para pouco mais da metade dos jovens (58%), o profissional do entretenimento, durante a transmissão da informação, não oferece a mesma credibilidade que o profissional do jornalismo. Por outro lado, para 42%, tanto um, quanto outro, têm a mesma credibilidade na transmissão de informações.

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após o levantamento bibliográfico ostentado nesta investigação, observa-se que a convergência deixou de ser apenas um fenômeno tecnológico e mediático para fazer parte da construção da sociedade contemporânea. A partir deste conceito, compreende-se que a manutenção das informações que circulam em todo corpo social é construída continuamente através dos fragmentos informativos em diferentes mídia e suportes. Deste movimento, valem-se as informações produzidas pelos mídia do jornalismo, mas, também, as (des)informações elaboradas por diferentes autores sociais. Portanto, se a “Cultura da Convergência” (Jenkins, 2019) possibilitou novas formas de contar histórias, através do estímulo de narrativas que passaram a circular de maneira transmediática, implicando novas formas de consumo pelo

público, torna-se relevante considerar a atuação dos média de informação, mas também da educação escolar na promoção de novas formas de literacia aos jovens.

Emprestando de Primo (2010) as convicções de que a convergência não deve ser vista apenas com viés tecnológico, acredita-se que esta deve indicar também a integração da educação escolar com a educação para os média. Como observa Mota (2014), nos processos de leituras transmediáticas é o público que assume o papel de convergir - neste caso, a convergência também assume a ação do público e não apenas de um processo. Com isso, a integração das narrativas pedagógicas com as narrativas produzidas pelos média de informação e comunicação podem proporcionar o aprendizado de uma realidade simultânea, dinâmica e necessária

Por meio da pesquisa, observa-se um distanciamento na relação entre a educação escolar e os média de informação e comunicação. Embora a educação escolar não seja a única responsável pela construção do conhecimento dos estudantes em relação aos média, já que este aprendizado é transversal, o distanciamento da educação com o jornalismo pode estar associado às dificuldades que os estudantes indicaram em relação ao papel do jornalismo na sociedade. O estreitamento da relação entre a educação e os média de informação pode auxiliar os estudantes a identificar a linha tênue que existe entre as informações produzidas pelos média do jornalismo de outros tipos de conteúdo.

Por outro lado, é preciso que o jornalismo e os profissionais da informação estejam atentos aos desafios inseridos nesta realidade, produzindo informações que possam ser exploradas com profundidade, abrindo espaços de comunicação para o público, além de pensar em propostas em que a informação possa contemplar os interesses do público jovem.

A partir dos dados colhidos, e respondendo à questão primária desta pesquisa, pondera-se que escolas públicas avaliadas oferecem estruturas tecnológicas insuficientes que contemplem os aspectos da convergência. Além disso, a dinâmica de ensino se caracteriza como insuficiente no sentido de integrar os aspectos da convergência mediática como prática pedagógica na promoção de novas formas de literacia para os média. Desta forma, impossibilitam que os jovens estudantes desenvolvam comportamentos que experienciar a prática de leituras transmediá das informações e desinformações. Isso porque, como visto, os aprendizados de novas formas de literacias dão-se através da experimentação de novas propostas de ensino. Ou seja, é insuficiente apenas oferecer computadores aos jovens estudantes, sem abordar a importância dos média do jornalismo, da informação e os caminhos na busca por informações confiáveis.

Embora a nova grade de ensino contemple as disciplinas de tecnologias, a usabilidade da proposta se mantém distante da realidade vivenciada pelos alunos dentro das escolas. Até o dia da aplicação do inquérito, as escolas ainda não tinham professores especializados para trabalhar a nova grade tecnológica, sendo esta cadeira substituída por profissionais com outros domínios. Portanto, as dificuldades que podem existir nos estudantes em relação aos média de informação pode ser explicado pelo comportamento dos estudantes em suas casas, com a falta de hábito em consumir produtos produzidos pelos média de informação, mas também ao fato de não haver integração da educação escolar com os média. Em razão disso, podemos refletir que os estudantes das escolas públicas deste estudo não desempenham um comportamento que prioriza a convergência entre os média.

Embora façam uso massivo da internet, das redes sociais e das tecnologias de comunicação e informação, principalmente dos *smartphones*, existe pouco empenho no consumo de informações produzidas pelos média do jornalismo. Por conta disso, pondera-se que os estudantes podem estar mais suscetíveis aos riscos das desinformações e menos aptos a identificar o que é informação e o que é desinformação. O comportamento de partilha nas redes e na plataforma WhatsApp reforça que os jovens brasileiros em questão, mesmo não tendo pleno domínio sobre o que é informação e desinformação, podem contribuir para a propagação de desinformações.

Como visto, a sistematização das desinformações no Brasil acende um alerta sobre a necessidade de se pensar este problema em todas as instâncias, de modo que a educação escolar deve participar do processo de promoção de novas formas de literacia para os média. Pensar no jovem enquanto a solução para um possível futuro de mudanças sociais, demanda integrá-lo em todas as questões que emergem da Sociedade da Informação (Castell, 2007). Contudo, considera ser necessário reforçar que a educação escolar deve promover a convergência, que não é apenas tecnológica, mas também das narrativas, da educação com os média de informação. Ao passo que trabalham os média do jornalismo que se destacam no país, reforça aos estudantes quais são os veículos que preconizam a ética ao informar e, assim, apresenta-os para que se tornem familiares.

Por fim, julga-se relevante ressaltar alguns pontos que podem contribuir com a convergência entre a educação e o jornalismo, bem como o incentivo aos jovens na busca por informações e o combate à desinformação: (1) pondera-se que seja de suma importância que a

educação escolar trabalhe os média de informação dentro da sala de aula, com o intuito de reforçar as diferenças dos produtos produzidos pelo jornalismo de outros autores sociais; (2) nos casos em que a estrutura escolar não propicie ferramentas tecnológicas, talvez fosse oportuno incorporar os dispositivos que estão nas mãos dos estudantes na prática pedagógica; (3) é latente que a desinformação seja objeto de discussões nos ambientes escolares; (4) julga-se relevante que a educação escolar possa trabalhar as mudanças decorrentes do advento das tecnologias em diferentes campos e perspectivas; (5) os professores podem considerar o uso dos média de informação para leitura interpretativas, de reflexão e debate, com o intuito de aproximar os estudantes da informação jornalística; (6) acredita-se que a educação escolar pode trabalhar, mesmo que ocasionalmente os princípios da NT, a partir do uso das informações dos média em diferentes formatos e plataformas, com intuito oportunizar aos jovens o acesso aos diferentes posicionamentos e imersão nas narrativas contemporâneas; por último (7), considera-se que as desinformações recentemente mediatizadas, podem ser trabalhadas dentro das escolas de modo a serem convertidas em informação, mas, além disso, possam servir de objeto de reflexão e alerta na busca por informações confiáveis.

Quanto às responsabilidades que recaem sobre o jornalismo e sobre os profissionais de informação, julgamos ser imprescindível que o jornalismo invista cada vez mais na produção de narrativas que possam ser exploradas em profundidade e que abram espaços de comunicação e participação do público. A experimentação do uso de uma narrativa mais dinâmica, menos formal e mais atrativa aos jovens pode ser o caminho para que o jornalismo estreite as relações com os adolescentes em idade escolar. Sobretudo no Brasil, em que a população jovem contempla uma parcela significativa da população, sendo capaz de definir o resultado de eleições diretas, o domínio das informações e a adoção de novos comportamentos no consumo de informações torna-se fundamental. Desta forma, quanto mais os jovens participam dos processos jornalísticos e dos conteúdos produzidos pelos média de informações, mais estes podem desenvolver habilidades de leituras que contemplem o transmídia.

## 8. REFERÊNCIAS

Alves, W. M. (2015). *Linguagem Transmídia: Uma Narrativa para a Arte de se Fazer Jornalismo* (Dissertação de Mestrado, Unesp, São Paulo). Disponível em



<https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/126664/000845086.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Anderson, C. (2006). *A Cauda Longa: do mercado de massa para o mercado de nicho*. Amsterdão: Elsevier.

Andrade, J. G. (2020). Do Jornalismo ao Entretenimento que Futuro: o Debate de uma Proposta Teórico-Prática. *Leopoldianum*, 46 (129), 83-91. Disponível em <https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/67328/1/1006-2507-1-SM.pdf>

Assembleia Parlamentar do Conselho da Europa (APCE). (2000). *Media education - Recommendation 1466*. Disponível em: <http://www.assembly.coe.int/nw/xml/xref/xref-xml2html-en.asp?fileid=16811&lang=en>

Baccin, A., Canavilhas, J., & Satuf, I. (2017). ERA PÓS-PC: a nova tessitura da narrativa jornalística na web. Em A. T. Peixinho, & B. Araújo (Eds.), *Narrativa e Media: Géneros, Figuras e Contextos* (pp. 317-344). Disponível em <https://doi.org/10.14195/978-989-26-1324-6>

Barragán, A. (2018, 18 de Outubro). Cinco 'fake news' que beneficiaram a candidatura de Bolsonaro. *El País*. Disponível em [https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/18/actualidad/1539847547\\_146583.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/18/actualidad/1539847547_146583.html)

Bauer, M., Gaskell, G., & Allum, C. N. (2002). Qualidade, quantidade e interesses do conhecimento - Evitando confusões. Em Martin W. Bauer, George Gaskell (Eds.), *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som* (pp. 17-37). Disponível em: <https://tecnologiamidiaeinteracao.files.wordpress.com/2017/10/pesquisa-qualitativa-com-texto-imagem-e-som-bauer-gaskell.pdf>

Bauman, Z. (2000). *Modernidade Líquida* (P. Dentzien, Trad.). Rio de Janeiro: Zahar.

Bosco, F. (2018, 3 de Junho). Junho de 2013 foi de sonho democrático a pesadelo autoritário. *Folha de São Paulo*. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2018/06/junho-de-13-foi-de-sonho-democratico-a-pesadelo-autoritario-diz-bosco.shtml>

Brites, M. J. (2015). *Jovens e culturas cívicas: Por entre formas de consumo noticioso e de participação*. Covilhã: Livros LabCom.

Brites, M. J., Amaral, I., & Catarino, F. (2018). The era of fake news: digital storytelling as a promotion of critical reading. *Journal of Digital Media & Interaction*, 1 (1), 85-98.

Brisola, A. Bezerra, A., C. (2018). Desinformação e circulação de "fake news": distinções, diagnóstico e reação. XIX Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação, pp. 3316-3330.

Teixeira, D. B. (2018, 18 de Julho). As Jornadas de Junho de 2013 e a crise da democracia. *Revista IHU on-line*. Disponível em <http://www.ihu.unisinos.br/78-noticias/580737-as-jornadas-de-junho-de-2013-e-a-crise-da-democracia>

Caetano, L. (2017). *Media Literacy: Práticas Dirigidas a uma Comunicação Cidadã*. Texto apresentado na IV Conferência do Pensamento Comunicacional Brasileiro, Pensacom Brasil 2017, São Paulo. Disponível em <https://portalintercom.org.br/anais/pensacom2017/textos/17-lucia-helena-vieira-caetano.pdf>

- Cardoso, G., & Baldi, V. (eds.). (2018). As Fake News numa sociedade pós-verdade Contextualização, potenciais soluções e análise. Relatório Obercom. Disponível em <https://obercom.pt/wp-content/uploads/2018/06/2018-Relatorios-Obercom-Fake-News.pdf>
- Castells, M. (2007). A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura. O Poder da Identidade (2ª ed.). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Christofolletti, R. (2018). Padrões de manipulação no jornalismo brasileiro: fake news e a crítica de Perseu Abramo 30 anos depois. *Revista Rumores*, 12(23), 56-82.
- Coimbra, M. (2010). (Des)Hamano Demasiado (Des)Humano. O Homem na Era Digital: Uma reflexão com Pierre Lévy. Porto: Edições Afrontamento.
- Cuche, D. (1999). A noção de cultura nas ciências sociais (V. Ribeiro, Trad.). Luzerna: Verbum Publicações.
- Cunha, K., & Mantello, F. (2014). Era uma vez a notícia: storytelling como técnica de redação de textos jornalísticos. *Revista Comunicação Midiática* (online), 9(2), 56-57. Disponível em <https://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/CM/article/view/185/186>
- D'Ancona, M. (2017). Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempo de fake news (1ª ed.). Barueri: Faro Editorial.
- De Keersmaecker, J., & Roets, A. (2017). 'Fake news': incorrect, but hard to correct. The role of cognitive ability on the impact of false information on social impressions. *Intelligence*, 65, 107-110. Disponível em <https://doi.org/10.1016/j.intell.2017.10.005>
- Delmazo, C., & Valente, J. (2018). Fake news nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques. *Media & Jornalismo*, 18(32), 155-169. Disponível em [https://impactum-journals.uc.pt/mj/article/view/2183-5462\\_32\\_11/4561](https://impactum-journals.uc.pt/mj/article/view/2183-5462_32_11/4561)
- Felice, M. D. (2011). As redes digitais vistas a partir de uma perspectiva reticular/Entrevistador: M. Sbardelotto. *Revista do Instituto Hamanitas Unisinos* (Edição 308). Disponível em <http://www.ihuonline.unisinos.br/artigo/4199-massimo-di-felice-1>
- Domingos, A. C. (2013). Transmedia Storytelling: Crossing Between Media Studies and Literature Studies. *Aletria - Revista de Estudos de Literatura* (3ª ed.), 23(3), 159-171.
- Ferrari, P. (2018). Fluido, Fluxo: reflexões sobre imagens voláteis, gênero, pós-verdade, fake news e consumo neste tempo de espirais fluidas. Porto Alegre: Fi.
- Ferreira, L. I., & Alcantara, N. S. A. (2020, 1 de Maio). Eleições 2018: a relação entre fake news e os candidatos Jair Bolsonaro e Fernando Haddad. CPOP. Disponível em <http://www.cpop.ufpr.br/porta/eleicoes-2018-a-relacao-entre-fake-news-e-os-candidatos-jair-bolsonaro-e-fernando-haddad/>
- Fontcuberta. M. (1999). A Notícia: pistas para compreender o mundo (1ª ed.). Lisboa: Editorial Notícias.
- Freire, P. (1987). Pedagogia do Oprimido (17ª ed.). [cpers]. Disponível em <https://cpers.com.br/wp-content/uploads/2019/10/Pedagogia-do-Oprimido-Paulo-Freire.pdf>
- Gallo, F. (2017). O persistente mundo da pós-verdade. Em: P. Blando (Ed.), *Pensadores da Liberdade: liberdade e cidadania* (pp. 80-87). Disponível em [https://www.palavraaberta.org.br/docs/Livro\\_Pensadores\\_Volume3.pdf](https://www.palavraaberta.org.br/docs/Livro_Pensadores_Volume3.pdf)

- Gosciola, V., & Mota, M. (2014, 22 de Abril). Narrativa Transmídia e as Redes Sociais Digitais/Entrevistador T. Mittermayer. Sociotramas -Grupo de Pesquisa Dedicado as Redes Sociais. Disponível em <https://sociotramas.wordpress.com/2014/04/22/narrativa-transmidia-entrevistas-vicente-gosciola-e-mauricio-mota/>
- Grizzle, A., Moore, P., Dezuanni, M., Asthana, S., Wilson, C., Banda, F., & Onumah, C. (2016). Media and Information Literacy: Policy and Strategy Guidelines (UNESCO). Disponível em <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/media-and-information-literacy-policy-and-strategy-guidelines/>
- Halimi, S. (1998). Os novos cães de guarda. Oeiras: Celta.
- Haste, H. (2004). Constructing the citizen. *Political Psychology*, 25(3), 413-435.
- Holiday, R. (2012). *Acredite, estou mentindo*. São Paulo: Companhia Editora Nacional.
- Hudec, V. (1980). O que é o jornalismo? (V. Ribeiro, Trad.). Lisboa: Editorial Caminho.
- Jenkins, H. (2006). *Funs, bloggers and gamers. Exploring participatory culture*. New York: New York University Press.
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph.
- Kinder, M. (1991). *Playing with power in movies, television, and video games: from muppet babies to teenager mutante ninja turtles*. Berkeley: University of California.
- Lévy, P. (1994). *A Inteligência Coletiva: para uma antropologia do ciberespaço*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Livingstone, S. (2004). What is media literacy? *Intermedia*, 32 (3), 18-20. Disponível em [http://eprints.lse.ac.uk/1027/1/What\\_is\\_media\\_literacy\\_%28LSERO%29.pdf](http://eprints.lse.ac.uk/1027/1/What_is_media_literacy_%28LSERO%29.pdf)
- Lopes, P. (2011). Literacia(s) e literacia mediática. *CIES e-Working Papers*, (110), 1-37. Disponível em [http://repositorio.ual.pt/bitstream/11144/195/1/literacia\(s\)%20e%20literacia%20mediatica.pdf](http://repositorio.ual.pt/bitstream/11144/195/1/literacia(s)%20e%20literacia%20mediatica.pdf)
- Manovich, L. (2013). *Software takes command*. New York: Bloomsbury Academic.
- Massarani, L., Castelfranchi, Y., Fagundes, V., Moreira, I., & Mendes, I. (2019). O que os jovens brasileiros pensam da Ciência e da Tecnologia? Resumo Executivo. Disponível em [http://www.coc.fiocruz.br/images/PDF/Resumo%20executivo%20survey%20jovens\\_FINAL.pdf](http://www.coc.fiocruz.br/images/PDF/Resumo%20executivo%20survey%20jovens_FINAL.pdf)
- Massarolo, J. C., & Padovani, G. (2019). Jornalismo transmídia e os quizzes eleitorais brasileiros em 2018. *Âncora-Revista Latino-americana de Jornalismo*, 5(2), 188-205.
- McLuhan, M. (1995). *Os meios de comunicação como extensão do Homem*. São Paulo: Cultrix.
- Malhotra, N., K. (2002). *Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada*. pp. 150-165. Bookman.
- Meneses, J. P. (2018). Sobre a necessidade de conceptualizar o fenómeno das fake news. *Observatório (OBS\*) Special Issue*, 37-53. Disponível em <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/1376/pdf>
- Minayo, M. C. S., & Sanches, O. (1993). Quantitativo-qualitativo: oposição ou complementaridade? *Cadernos de Saúde Pública*, 9(3), 239-262.

Mittermayer, T. (2017). Narrativa transmídia: uma releitura conceitual. (Dissertação de Mestrado, PUC-SP, São Paulo). Disponível em <https://sapientia.pucsp.br/bitstream/handle/18206/1/Thiago%20Mittermayer.pdf>

Moloney, T. K. (2011). Porting Transmedia Storytelling to Journalism. (Dissertação de Mestrado, University of Denver, Denver.) Disponível em <https://digitalcommons.du.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1439&context=etd>

Mora, G. G., & Silva, N. O. T. (2019). The new generations and the media literacy: possibilities to educate for citizenship. *Brazilian Journal of Development*, 5(6), 7053-7071. Disponível em <https://brazilianjournals.com/index.php/BRJD/article/view/1992/1997>

Morin, E. (1997). *As grandes questões do nosso tempo*. Lisboa: Editorial Notícias.

Nemer, D. (2020). Desinformação no contexto da pandemia do Coronavírus (COVID-19). *AtoZ: Novas Práticas em Informação e Conhecimento*, 9(2), 113-116.

Oliveira, I. D., & Moreira, J. (2020). Storytelling no ciberjornalismo: possibilidades e complexidades do jornalismo feito na web. *Esferas - Revista Interprogramas de Pós-graduação em Comunicação do Centro Oeste*, 10(17), 77-86. Disponível em <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/esf/article/view/11299/7367>

Orellano, P., & Ribeiro, M. M. (2018, 23 de Outubro). Polarização e desinformação no Brasil. *Open Democracy*. Disponível em <https://www.opendemocracy.net/pt/polariza-o-e-desinforma-online-no-brasil/>

Pariser, E. (2012). *O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você*. Rio de Janeiro: Zahar.

Park, R. E. (2009). As notícias como uma forma de conhecimento: Um capítulo na sociologia do conhecimento. Em J.P. Esteves (Ed.). *Os efeitos sociais dos meios de comunicação de massa* (pp. 40-43). Lisboa: Livros Horizonte.

Pasquini, P. (2018, 2 de Novembro). 90% dos eleitores de Bolsonaro acreditaram em fake news, diz estudo. *Folha de São Paulo*. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/11/90-dos-eleitores-de-bolsonaro-acreditaram-em-fake-news-diz-estudo.shtml>

Pereira, S. (2021). *Crianças, Jovens e Media na Era Digital: Consumidores e Produtores?* Braga: UMinho Editora/Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade.

Pereira, S., Pinto, M., & Moura, P. (2015). Níveis de Literacia Mediática: Estudo Exploratório com Jovens do 12º ano. Braga: UMinho Editora/Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade.

Peruzzo, C, M, K. (1999). Comunicação Comunitária e Educação para a Cidadania. *Comunicação e Informação*, 2(2), 205-228.

Petrella, S. (2012). Repensar competências e habilidades para as novas gerações. Propostas para uma nova literacia mediática. *Revista Comunicando* 1(1), 205-222. Disponível em <https://revistas.sopcom.pt/index.php/comunicando/article/view/121/65>

Porto, D., & Flores, J. (2012). Periodismo Transmedia: Reflexiones y técnicas para el ciberperiodistadesde los laboratorios de medios interactivos [academia edu]. Disponível em: [https://www.academia.edu/9779059/Periodismo\\_transmedia](https://www.academia.edu/9779059/Periodismo_transmedia)

- Possetti, J., & Bontcheva, K. (2020). Disinfodemic: Deciphering COVID-19 disinformation. Policy Brief (UNESCO). Disponível em: [https://en.unesco.org/sites/default/files/disinfodemic\\_deciphering\\_covid19\\_disinformation.pdf](https://en.unesco.org/sites/default/files/disinfodemic_deciphering_covid19_disinformation.pdf)
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants Part 1. *On the Horizon*, 9(5), 1-6. Disponível em <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>
- Primo, A. (2010). Crítica da cultura da convergência: participação ou cooptação. Em E. D. Bastos, & M. L. Castro (Orgs.). *Convergências Midiáticas: produção ficcional - RBS TV* (pp. 21-32). Porto Alegre: Sulina.
- Ramonet, I. (2012). *A explosão do jornalismo: das mídias de massa à massa de mídia*. Curitiba: Publisher Brasil.
- Renó, D., & Flores, J. (2012). *Periodismo Transmedia*. Aveiro: Ria Editorial.
- Rosa, B. B. (2016). *A transdisciplinariedade das literacias emergentes no contemporâneo conectado: um mapeamento do universo documental das literacias de mídia e informação (MIL)* (Dissertação de Mestrado, USP, São Paulo). Disponível em <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-09032017-143021/publico/BEATRICEBONAMIROSA.pdf>
- Salaverria, R., & Negrodo, S. (2008). *Periodismo integrado: Convergencia de medios y reorganización de redacciones*. Barcelona: Sol90.
- Santaella, L. (2014). Gêneros discursivos híbridos na era da hipermídia. *Bakhtiniana*, 9(2), 206-216. Disponível em <https://www.scielo.br/j/bak/a/Z96vw4RWJy4Qb8hghKmtvCL/?format=pdf&lang=pt>
- Scolari, C. (2013). *Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.
- Scolari, C. (2015). Narrativas Transmídia: consumidores implícitos, mundos narrativos e branding na produção de mídia contemporânea. *Esferas - Revista Científica de Comunicação Social da FIAM-FAAM*, 3(1), 7-19.
- Senra, R. (2016, 17 de Abril). Na semana do impeachment, 3 das 5 notícias mais compartilhadas no Facebook são falsas. *BBC News Brasil*. Disponível em <https://goo.gl/MRMe7y>
- Silva, F. A. (2019). Porque é que as fake news se transformaram em protagonistas do jornalismo contemporâneo? *Comunicação Pública*, 14(26). Disponível em <https://doi.org/10.4000/cp.4139>
- Spinelli, E. M., & Santos, J. A. (2018). JORNALISMO NA ERA DA PÓS-VERDADE: fact-checking como ferramenta de combate às fake news. *Revista Observatório*, 4(3), 759-782.
- Stumpf, I. R. C. (2010). Pesquisa bibliográfica. Em J. Duarte, J & A. Barros (Orgs.), *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação* (pp. 51-61). São Paulo: Atlas.
- Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining "Fake News": A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137-153. Disponível em <http://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- Zanella, L., C., H. (2013). *Metodologia de pesquisa*. 2ª. ed. reimp. Departamento de Ciências da Administração da UFSC: Florianópolis.

## **9. ANEXOS**

### 9.1 Parecer da Secretaria de Educação do Estado de São Paulo



**Governo do Estado de São Paulo**  
 Secretaria da Educação  
 Der São José dos Campos Núcleo de Apoio Administrativo

<b>Expediente de atendimento</b>
<b>SEDUC-EXP-2019/100034</b>

<b>Data de Produção</b>	26/12/2019
-------------------------	------------

<b>Interessado</b>	CRISTIANO EDUARDO FARIA
<b>Assunto</b>	Solicita autorização para aplicação dos inquéritos para pesquisa Mestrado em Ciências da Comunicação na Universidade do Minho.
<b>Número de Referência</b>	Requerimento

Margarida Maria de Lima  
 Professor Educação Básica II  
 Der São José dos Campos Núcleo de Apoio Administrativo



Classif. documental 006.01.10.004



Assinado com senha por MARGARIDA MARIA DE LIMA.  
 Documento Nº: 1691830-9376 - consulta à autenticidade em  
<https://www.documentos.spsempapel.sp.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=1691830-9376>



Universidade do Minho

### Parecer

Para os devidos efeitos declaro que aceito orientar o aluno Cristiano Eduardo Faria, inscrito no 2º ano do Mestrado em Ciências da Comunicação, que pretende realizar uma dissertação subordinada ao tema “Jornalismo transmídia e literacia mediática: protagonismo e participatividade dos jovens no combate à desinformação”.

### O orientador

Assinado por: **JOSÉ GABRIEL DE OLIVEIRA  
ANDRADE JÚNIOR**  
Num. de Identificação Civil: B1306166909  
Data: 2019.10.25 15:39:04 +0100



**CARTÃO DE CIDADÃO**  
José Gabriel Oliveira Andrade Júnior

Professor Auxiliar do Departamento de Ciências da Comunicação



Autenticado com senha por LIGIA CRISTINA QUEIROZ.  
Documento Nº: 1677162-4279 - consulta à autenticidade em  
<https://www.documentos.spsempapel.sp.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=1677162-4279>



SEDUCCAP2019311407A



Protocolo à Dirigente da Delegacia Regional de Ensino de São José dos Campos,

Maria das Graças Maciel Pereira,

Sou Cristiano Eduardo Faria, jornalista, joseense, estudante de mestrado em Ciências da Comunicação na Universidade do Minho, em Braga, Portugal. Nesta altura do meu projeto de pesquisa sobre a tríade: jornalismo transmídia, literacia midiática e desinformação (como foco em adolescentes do ensino médio, dos 15 aos 24 anos), encontro-me em fase de aplicação de inquérito para apurar como este público se relaciona com meu objeto de pesquisa.

Esta investigação tem o apoio e orientação do Professor Dr. José Gabriel de Oliveira Andrade Júnior, e tem por objetivo levantar indícios de como público juvenil interage com a informação jornalística; como consome notícias e tecnologias; de que forma eles se relacionam com o jornalismo contemporâneo e constroem sua percepção em torno desta profissão, além de buscar indicativos de como a educação midiática – educomunicação ou literacia midiática – pode auxiliá-los no processo de construção da crítica e participatividade cívica.

Contudo, neste momento, gostaria de obter consentimento e autorização desta unidade para aplicação dos inquéritos no próximo ano letivo de 2020. A priori, as unidades seriam: Escola Estadual Professora Dirce Elias (bairro dos Freitas), Escola Estadual Ilza Irma Moeller Coppio (Vila Sinhá), Colégio Livre Opção (Centro) e Colégio Franciscano Nossa Senhora Aparecida (Centro).

Para fins de validação desta pesquisa na Comissão de Ética para a Investigação em Ciências Sociais e Humanas, CEICSH, da Universidade do Minho, necessito de um parecer por escrito desta Unidade.

Com os melhores cumprimentos,



Cristiano Eduardo Faria



Autenticado com senha por LIGIA CRISTINA QUEIROZ.  
Documento Nº: 1677162-4279 - consulta à autenticidade em  
<https://www.documentos.spsempapel.sp.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=1677162-4279>



SEDUCCAP2019311407A



**Governo do Estado de São Paulo**  
Secretaria da Educação  
São José dos Campos

**Despacho**

**Assunto:** Solicita autorização para aplicação dos inquéritos para pesquisa Mestrado em Ciências da Comunicação na Universidade do Minho.

Encaminhe-se aos Supervisores responsáveis pelas escolas: EE Dirce Elias, EE Ilza Ima Moeller Cóprio, Colégio Livre Opção e Colégio Franciscano Nossa Senhora Aparecida para ciência e manifestação.

São José dos Campos, 26 de dezembro de 2019.

Maria das Gracas Maciel Pereira  
Dirigente Regional de Ensino  
São José dos Campos



Documento Nº: 1692080-9376 - consulta à autenticidade em  
<https://www.documentos.spsempapel.sp.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=1692080-9376>

Classif. documental 999.99.99.999



SEDUCDES201993577A



**Governo do Estado de São Paulo**  
Secretaria da Educação  
Der São José dos Campos Equipe de Supervisão

**Despacho**

**Assunto:** Parecer da Supervisão de Ensino

Ciente da Supervisão de Ensino que não vê óbice na realização da pesquisa.

À consideração superior.

São José dos Campos, 09 de janeiro de 2020.

Altimar Costa da Silva  
Supervisor de Ensino  
Der São José dos Campos Equipe de Supervisão



Assinado com senha por ALTIMAR COSTA DA SILVA.  
Documento Nº: 1846072-5178 - consulta à autenticidade em  
<https://www.documentos.spsempapel.sp.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=1846072-5178>

Classif. documental	006.01.10.004
---------------------	---------------



SEDUCDES202006071A



**Governo do Estado de São Paulo**  
Secretaria da Educação  
São José dos Campos

**Despacho**

**Interessado:** CRISTIANO EDUARDO FARIA

**Assunto:** Solicita autorização para aplicação dos inquéritos para pesquisa Mestrado em Ciências da Comunicação na Universidade do Minho.

**Número de referência:** Requerimento

Acolho o parecer da Supervisão de Ensino.

Encaminhe-se ao interessado para ciência.

São José dos Campos, 15 de janeiro de 2020.

MARIA BEATRIZ SALLES DE OLIVEIRA  
Dirigente Regional de Ensino  
São José dos Campos



Assinado com senha por MARIA BEATRIZ SALLES DE OLIVEIRA.  
Documento Nº: 1949010-9376 - consulta à autenticidade em  
<https://www.documentos.spsempapel.sp.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=1949010-9376>

Classif. documental	006.01.10.004
---------------------	---------------



SEDUCDES202010477A

## 9.2 Parecer da Comissão de Ética da Universidade do Minho



Universidade do Minho

Conselho de Ética

### Comissão de Ética para a Investigação em Ciências Sociais e Humanas

Identificação do documento: CEICSH 008/2020

Relatores: Maria Helena Costa Carvalho Sousa

Título do projeto: *Jornalismo transmedia e literacia mediática: protagonismo e participatividade dos jovens no combate à desinformação*

Equipa de Investigação: Cristiano Eduardo Faria, estudante de mestrado em Ciências da Comunicação, Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho; Prof. Dr. José Gabriel Oliveira Andrade Júnior (Orientador), professor convidado, Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho

### PARECER

A Comissão de Ética para a Investigação em Ciências Sociais e Humanas (CEICSH) analisou o processo relativo ao projeto de investigação acima identificado, intitulado *Jornalismo transmedia e literacia mediática: protagonismo e participatividade dos jovens no combate à desinformação*.

Os documentos apresentados revelam que o projeto obedece aos requisitos exigidos para as boas práticas na investigação com humanos, em conformidade com as normas nacionais e internacionais que regulam a investigação em Ciências Sociais e Humanas.

Face ao exposto, a Comissão de Ética para a Investigação em Ciências Sociais e Humanas (CEICSH) nada tem a opor à realização do projeto, emitindo o seu parecer favorável, que foi aprovado por unanimidade pelos seus membros.

Braga, 4 de fevereiro de 2020.

O Presidente da CEICSH

Assinado por: **ACÍLIO DA SILVA ESTANQUEIRO**

**ROCHA**

Num. de Identificação: BI042754054

Data: 2020.02.13 12:25:23+00'00'



**Anexo:** Formulário de identificação e caracterização do projeto

### 9.3 Parecer de inscrição da pesquisa no CECS

#### **Declaração**

Para efeitos de submissão de projeto ao Conselho de Ética (CEUMinho) da Universidade do Minho, o Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS) declara que o projeto intitulado **Jornalismo Transmédia e Literacia Mediática: protagonismo e participatividade dos jovens no combate à desinformação** está inscrito como projeto do centro. Mais se declara que o projeto é desenvolvido por Cristiano Eduardo Faria, na sua qualidade de estudante do Mestrado em Ciências da Comunicação no Ramo de Investigação (PG37317), sob a coordenação científica do Prof. Doutor José Gabriel Oliveira Andrade Júnior, membro do CECS.

Universidade do Minho, 28 de janeiro de 2020.

O(a) Director(a) do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade

## 9.4 Declaração do CECS para andamento da pesquisa



### Declaração

— Para efeitos de submissão de projeto ao Conselho de Ética (CEUMinho) da Universidade do Minho, declara-se que o projeto intitulado "Jornalismo Transmédia e Literacia Mediática: protagonismo e participatividade dos jovens no combate à desinformação" está inscrito como projeto do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS).

Mais se declara que o projeto é desenvolvido por Cristiano Eduardo Faria, na sua qualidade de estudante do Mestrado em Ciências da Comunicação, no Ramo de Investigação (PG37317), sob a coordenação científica do Prof. Doutor José Gabriel Oliveira Andrade Júnior, investigador do CECS.

Universidade do Minho, 28 de janeiro de 2020.

*Moisés de Lemos Martins*



Moisés de Lemos Martins

— Diretor do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade

## 9.5 Termo de confiabilidade e sigilo das informações

### TERMO DE CONFIDENCIALIDADE E SIGILO

Eu, Cristiano Eduardo Faria, brasileiro, solteiro, jornalista, estudante de mestrado em Ciências da Comunicação pela Universidade do Minho, **inscrito no NIF:296945940, registro de estudante PG37317, passaporte FV493615**, abaixo firmado, assumo o compromisso de manter a confidencialidade e sigilo sobre todas as informações técnicas e outras relacionadas ao meu projeto de pesquisa no mestrado pela Uminho, intitulado “**Jornalismo transmedia e literacia mediática: protagonismo e participatividade dos jovens no combate à desinformação**”, a que tiver acesso nas dependências das escolas: Escola Estadual Professora Dirce Elias – São José dos Campos, São Paulo, Brasil. Escola Estadual Ilza Irma Moeller Coppio – São José dos Campos, São Paulo, Brasil. Colégio Livre Opção (privado) – São José dos Campos, São Paulo, Brasil. Colégio Franciscano Nossa Senhora Aparecida (privado) – São José dos Campos, São Paulo, Brasil.

Por este termo de confidencialidade e sigilo comprometo-me:

1. A não utilizar as informações confidenciais a que tiver acesso, para gerar benefício próprio exclusivo e/ou unilateral, presente ou futuro, ou para o uso de terceiros;
2. A não efetuar nenhuma gravação ou cópia da documentação confidencial a que tiver acesso;
3. A não apropriar-me de material confidencial e/ou sigiloso da tecnologia que venha a ser disponível;
4. A não repassar o conhecimento das informações confidenciais, responsabilizando-me por todas as pessoas que vierem a ter acesso às informações, por meu intermédio, e obrigando-me, assim, a ressarcir a ocorrência de qualquer dano e / ou prejuízo oriundo de uma eventual quebra de sigilo das informações fornecidas.

Neste Termo, as seguintes expressões serão assim definidas:

Informação Confidencial significará toda informação coletada através do inquérito impresso que será aplicado nas escolas, que excede o anonimato, como por exemplo: idade, sexo e informações sobre os hábitos de consumo de tecnologia, informação e jornalismo, que possam direcionar ao inquerido. Mas também, as informações colhidas por meio da observação do pesquisador e dos diálogos que podem surgir após à aplicação do inquérito.

Pelo não cumprimento do presente Termo de Confidencialidade e Sigilo, fica o abaixo assinado ciente de todas as sanções judiciais que poderão advir.

São José dos Campos, 12 de dezembro de 2019.

Ass. \_\_\_\_\_

  
Cristiano Eduardo Faria



**Confidencialidade**  
 Além da garantia do anonimato nos inquéritos impressos, os dados colhidos e futuramente tabulados na ferramenta de Software estatístico SPSS serão utilizados apenas pelo pesquisador e seu orientador. Todo material impresso será arquivado em segurança pelo pesquisador até o término do mestrado e defesa da dissertação. Posteriormente, todo material será incinerado.  
 Não haverá dados identificadores que possam ligar os inqueridos ao inquérito, pois, além da omissão do nome do aluno, não será preciso colocar o nome da escola, apenas identificar no campo se é de ensino “público” ou “privado”.

**Conflito de interesses**  
 Esta pesquisa discorre sobre às observações do próprio pesquisador em relação ao jornalismo contemporâneo em tempos de desinformações, e a necessidade do uso da literacia mediática no Brasil e no mundo para conter esta realidade nos meios de comunicação social. Portanto, por além dos interesses do investigador-jornalista, não existem qualquer conflito de interesses, sendo esta uma pesquisa original, objetiva e honesta.

**Consentimento Informado**

A investigação envolve apenas voluntários saudáveis?	SIM	
A investigação envolve grupos vulneráveis: crianças, menores, idosos ou outras pessoas com incapacidade temporária ou permanente?	SIM	
O pedido de parecer inclui a declaração de consentimento informado, livre e esclarecido?		NÃO

Aqui tem de escolher o formato de consentimento informado

- Consentimento informado, livre e esclarecido para participação em investigação - de acordo com a Declaração de Helsínquia e a Convenção de Oviedo
- Consentimento informado não assinado - E.g. formulário para questionários preenchidos online. Deverá adicionar a informação incluída e o modo de os participantes concordarem em participar
- Consentimento informado alterado - Um formulário de consentimento informado que omite informação requerida. E.g., se não indica o objetivo do estudo para evitar o viés na resposta dos participantes. Deve explicar o racional no procedimento e os processos de debriefing
- Isenção de consentimento – quando não é obtido consentimento informado – esta opção pode ser apropriada para utilização de dados já disponíveis. Justifique. Anexe o formulário de consentimento informado e outro material informativo relevante quando adequado, ou justifique a isenção de consentimento

Cristiano Eduardo Faria

