



**Alfabetização midiática-política e fortalecimento
democrático:
Proposta de plano de aulas para o ensino superior**

Dissertação pós-defesa
Nadine Silva Alves

Dissertação para obtenção do grau de Mestre em
Ciências Políticas
(2º ciclo de estudos)

Orientadora
Prof. Doutora Gisela Gonçalves

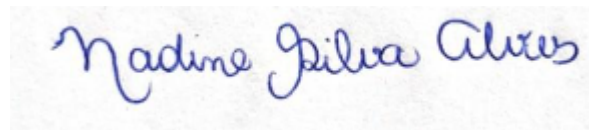
Março de 2024

Declaração de Integridade

Eu, Nadine Silva Alves, que abaixo assino, estudante com o número de inscrição M11284, mestrado em Ciências Políticas, da Universidade Beira Interior (UBI), declaro ter desenvolvido o presente trabalho e ter elaborado o presente texto em total consonância com o Código de Integridades da Universidade da Beira Interior.

Mais concretamente afirmo não ter incorrido em qualquer das variedades de Fraude Académica, e que aqui declaro conhecer, que em particular atendi à exigida referência de frases, extratos, imagens e outras formas de trabalho intelectual, e assumindo assim na íntegra as responsabilidades da autoria.

Universidade da Beira Interior, Covilhã 25 /03/ 2024



(assinatura conforme Cartão de Cidadão ou preferencialmente assinatura digital no documento original se naquele mesmo formato)

Agradecimentos

À Deus, agradeço pelo fortalecimento físico, intelectual e emocional durante esta jornada, por me conduzir sempre no caminho certo e por instilar em mim a fé de que valerá a pena.

À minha orientadora, Gisela Gonçalves, expresso minha gratidão pelo suporte e auxílio ímpar na produção desta dissertação.

À minha mãe, Cláudia, reconheço que suas orações, fortes e constantes, foram um sustento fundamental neste caminho.

Às minhas irmãs, Nádina e Izabela, a quem desejo ser exemplo.

Ao meu amigo João Marcos, agradeço pelas mensagens e apoio ao longo dos últimos dez anos. Obrigada, você é incrível.

Às meninas da casa das "Cinco Mulheres" - Carla, Williana, Sabrina e Jayne - agradeço por segurarem minha mão e não permitirem que eu desistisse.

À Amanda Santana, agradeço por ter me ajudado a enfrentar esse desafio acadêmico, e à Bruna, expresso meu reconhecimento pelo apoio e incentivo durante a escrita, especialmente na reta final.

Por fim, mas não menos importante, as amizades plantadas e semeadas em Portugal – a experiência em terras desconhecidas foi muita mais agradável graças aos abraços, companheirismos e conversas que tivemos. Que possamos brilhar sempre!

Resumo

A presença das redes sociais no cotidiano das pessoas tornou-se algo comum, sendo assim, buscou-se investigar como a educação midiática é importante para contribuir na construção de uma sociedade crítica para os conteúdos que circulam no online. Este trabalho propõe-se a analisar o que vem sendo desenvolvido na área da alfabetização midiática, mas para além disso, propor um plano de aula sobre alfabetização político-midiática, para ser incluído como unidade curricular em universidades públicas e privadas do Brasil e de Portugal. Foi traçado um levantamento bibliográfico da relevância da educação midiática na sociedade, o uso dela para diminuir e até mesmo erradicar a proliferação da desinformação dentro das redes sociais. Desenvolveu-se um estudo de como a internet, em específico, as redes sociais, têm moldado a sociedade e sua forma de consumir conteúdo e, como a política, em questão a democracia, tem se relacionado com as novas mídias. No último capítulo propõem-se então o plano, no qual une mídia e política como um passo importante a ser dado enquanto política pública. Chega-se à conclusão que não é possível dissociar a mídia da política, já que hoje em dia, além da elite política que utiliza as redes sociais para se comunicar, os usuários fazem desse espaço também um local de participação.

Palavras-chave

Alfabetização político-midiática; Educação; Política; Redes Sociais; Internet.

Abstract

The presence of social networks in people's daily lives has become common, therefore, we sought to investigate how media education is important to contribute to the construction of a critical society for the content that circulates online. This work proposes to analyze what has been developed in media literacy, but in addition, to propose a lesson plan on political-media literacy, to be included as a curricular unit in public and private universities in Brazil and Portugal. A bibliographic survey was drawn up of the relevance of media education in society, its use to reduce and even eradicate the proliferation of misinformation within social networks. A study was carried out on how the internet, specifically social networks, have shaped society and its way of consuming content and how politics, in particular democracy, has been related to new media. In the last chapter, the plan is proposed, in which it unites media and politics as an important step to be taken as public policy. We conclude that it is not possible to dissociate media from politics, since nowadays, in addition to the political elite who use social networks to communicate, users also make this space a place of participation.

Keywords

Political-media literacy; Education; Policy; Social media; Internet.

Índice Geral

Declaração de Integridade	II
Agradecimentos	V
Resumo	VII
Abstract	IX
Índice de Figuras	14
Lista de abreviaturas, siglas e acrónimos	16
Introdução	1
1. Educação e Cidadania	4
1.1 Educação midiática para a formação cidadã	4
1.2 Quem é responsável pela educação midiática?	6
1.2.1 Educar para quê?	9
1.3 Obstáculos à alfabetização midiática	13
2. Educação Midiática	16
2.1. Nascimento da alfabetização midiática	16
2.2 Linha do tempo da alfabetização midiática	19
2.3 Alfabetização midiática na pauta política.....	21
2.3.1 Alfabetização midiática e política no Brasil	22
2.3.1 Literacia midiática em Portugal	23
2.3.2 Panorama entre os países Brasil e Portugal no quesito liberdade da imprensa .	24
2.4 Analfabetismo político.....	24
2.5 Alfabetização para ler o mundo midiático	26
3. Nova Forma de Consumir Notícias	29
3.1 Do papel para o online.....	29
3.2 Empoderamento do cidadão.....	31
3.2.1 Educação como empoderamento.....	34
3.3 Jornalismo em crise – A luta pela atenção.....	35
4. Notícias na Palma da Mão	40
4.1 Facilidade no acesso não significa qualidade no conteúdo	40
4.2 Algoritmos como os novos gatekeeping do século XXI	43
4.2.1 A caixa preta dos algoritmos	44
4.3 O que tem sido feito para o jornalismo se adaptar?	46
4.4 Redes sociais: a nova banca de jornal	48
5. Redes Sociais e Algoritmos:	50
5.1 Redes Sociais e algoritmos: navegando pelas bolhas afetivas	50
5.2 Algoritmos: o ingrediente secreto do sucesso?	50
5.3 Algoritmos e Política: O encontro da tecnologia com a esfera política	51
5.4 Bolhas afetivas: a política com emoção	53
5.4.1 Bolhas e teorias conspiratórias	55
5.5 Fake news e as consequências políticas.....	57
6. Plano de Aulas Político-Midiática	60
6.1 Finlândia: um exemplo de educação midiática	60
6.2 Legislação sobre o combate de desinformação – Brasil e Portugal	61

6.2.1 Contexto brasileiro.....	63
6.3 Alfabetização político-midiática: uma proposta de planejamento de aula.....	65
6.4. Descrição global da disciplina	66
6.5. Alfabetização Político-midiática 1/6.....	68
6.6. Alfabetização Político-Midiática 2/6	68
6.7. Alfabetização político-midiática 3/6.....	70
6.8 Alfabetização político-midiática - Proposta plano de aula 4/6	73
6.9 Alfabetização político-midiática - Proposta plano de aula 5/6	74
6.10 Alfabetização político-midiática - Proposta plano de aula 6/6.....	75
7. Conclusão.....	78
8. Referências Bibliográficas.....	80

Índice de Figuras

Figura 1 – Notícia da Agência de Notícias de Portugal (Lusa): Washington diz que desconhecia plano de ataques do Hamas em Israel. (2023).....6	8
Figura 2. Notícia online do Jornal Folha de São Paulo: Machado, R. (2023). Governo recua e nova carteira de identidade volta a ter campo de sexo e distinção de nome social. Folha de SP.7	0
Figura 3. Notícia online do jornal “SIC Notícias”: Costa quer lançar concurso para construção da linha de alta velocidade em janeiro (2023)..... 70	

Lista de abreviaturas, siglas e acrónimos

Unesco: Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

AMI: Alfabetização Midiática e Informacional

AFP: Agence France Press

AP: Associated Press

UPI: United Press International

EUA: Estados Unidos da América

ACME: Action Coalition for Media Education

NAMLE: National Association for Media Literacy Education

MILOBS: Observatório Media, Informação e Literacia

TIC: Tecnologias de Informação e Comunicação

ONU: Organização das Nações Unidas

SPDIGI: Secretaria de Políticas Digitais

MEC: Ministério da Educação

SECOM: Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República

ALES: Assembleia Legislativa do Espírito Santo

UFES: Universidade Federal do Espírito Santo

ERC: Entidade Reguladora para a Comunicação Social

LEME: Literacia e Educação Mediática em Linha

OCDE: Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico

TIC: Tecnologias de Comunicação e Informação

STF: Supremo Tribunal Federal

OMS: Organização Mundial da Saúde

OPAS: Organização Pan-americana de Saúde

RSF: Repórteres Sem Fronteiras

Introdução

A alfabetização midiática, ou a literacia mediática, de acordo com a Diretiva do EU/2018/1808 do Parlamento Europeu e do Conselho, refere-se às competências, aos conhecimentos e à compreensão que permitem aos cidadãos aceder e utilizar os meios de comunicação social de forma crítica, eficaz e segura. Para isso, a literacia mediática não deverá confinar-se a uma aprendizagem centrada em ferramentas e tecnologias, deverá também procurar dotar os cidadãos das competências de pensamento crítico necessárias para emitir juízos, analisar realidades complexas e reconhecer a diferença entre factos e opiniões.

Ao longo deste trabalho, será possível identificar estudos desenvolvidos ao longo dos anos que demonstram o nascimento, o percurso e os entraves que a alfabetização midiática passou e passa para se firmar como uma política pública de Estado. No entanto, para além de uma educação que visa formar cidadãos críticos para entender como as redes sociais funcionam, este trabalho busca também ressaltar a relevância de uma formação política para que, somadas - a alfabetização midiática e a política - possam contribuir para o fortalecimento democrático.

Em uma sociedade cada vez mais conectada, é possível observar os efeitos que as ferramentas tecnológicas e as redes sociais podem causar, os impactos da conexão e do seu excesso na alteração das dinâmicas sociais. Segundo dados do Digital 2023 Global Overview Report, no início deste ano, 5.44 mil milhões de pessoas usam os celulares – o que é 68% da população mundial e corresponde a um aumento de 3% em relação ao mesmo período de 2022¹.

Outro fator que não se pode deixar passar é a turbulência democrática que alguns países têm enfrentado, e que ganha uma dimensão maior nas redes sociais, já que líderes com ensejos autoritários encontram no espaço social online o ambiente para invocar discursos de ódio e antidemocráticos. “[...] só existe a política que se manifesta no mundo midiático multimodal que se configurou nas duas últimas décadas. Nesse mundo, as mensagens midiáticas que formam opinião devem ser extremamente simples. Sua elaboração é posterior ao seu impacto” (Castells, 2018, p. 30).

Ao estudar o tema de educação midiática, política e as implicações da internet, busca-se entender como elas se relacionam-se e suas interferências positivas e negativas no contexto social. Com bem escrito por Castells, atualmente a política tem ganhado relevância graças a internet e, em certa medida, pode ser considerada algo positivo, pois em uma sociedade democrática, a participação política é necessária (Bobbio, 2000). No entanto, como Castells também destacou, o pensar dos impactos das mensagens divulgadas no online só acontece após a publicação. Além disso, países

¹ Kemp, S. (2023). *Digital 2023: Global Overview Report*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report> acesso em 16 de nov. de 2023.

como Brasil e os pertencentes à União Europeia, como Portugal, encontram resistências nas empresas responsáveis pelas redes sociais na questão de promover um ambiente online saudável e seguro.

A contribuição desta pesquisa para o campo científico é na sugestão da promoção de um espaço online seguro, da criação, ajuste e ampliação de políticas públicas voltadas para a educação político-midiática. Acredita-se que é por meio do ensino que sociedades podem avançar estruturalmente e reduzirem os níveis de desigualdades que assolam países como o Brasil, que conseqüentemente atingem setores como segurança e a qualidade de vida.

Esta dissertação foi dividida em seis capítulos, que buscam apresentar o que vem sendo pesquisado e escrito sobre a educação midiática, as novas formas de consumir notícias, as redes sociais, a dinâmica dos algoritmos e um plano de aula. O primeiro capítulo mostra como a tecnologia e a internet, por meio das redes sociais já mencionadas, têm alterado o cotidiano das pessoas. Além disso, apresenta-se a relevância da educação midiática para a formação de cidadãos críticos. Já no segundo capítulo é feita uma revisão para construção da linha do tempo da alfabetização midiática no mundo. Trata-se também de introduzir o assunto de educação na pauta política e, como os governos de Portugal e do Brasil situam-se diante das problemáticas que enfrentam, quando se trata do assunto e da regulamentação das redes sociais em seus respectivos territórios. No capítulo subsequente, o objetivo é desenhar as alterações que a internet trouxe para o campo do jornalismo, e como a imprensa adaptou-se ao online. Outra pauta debatida ainda neste tópico é como a sociedade, em especial os usuários destas redes sociais, ganharam protagonismo na hora de produzir, compartilhar e opinar sobre os conteúdos diversos. No quarto capítulo o leitor poderá ver como a internet trouxe facilidade no consumo, mas também como ela pode também customizar conteúdos e entregar sempre os mesmos assuntos usando a matemática dos algoritmos. Na penúltima parte mostra-se como os algoritmos têm ditado e organizado a sociedade em bolhas. Essas bolhas tornaram-se conhecidas por “bolhas afetivas”, na situação em que as pessoas são unidas, por meio dos cálculos matemáticos, em assuntos que gostam, e afetivas quando deixam de verificar a veracidade dos fatos. Conectam-se a elas pela emoção.

Ao final deste trabalho será possível encontrar uma sugestão de plano de aula para ser aplicado em universidades públicas e privadas. Tendo como exemplo o país europeu Finlândia², na qual a educação midiática é uma prática exercida dentro das salas de aula, o que contribui para que os índices de desinformação sejam reduzidos no país. Partindo deste modelo, a hipótese inicial pressupõe que por meio de disciplinas que ensinam como lidar com as redes sociais e a promoção do pensamento crítico é possível desenvolver uma sociedade mais democrática.

No último capítulo será possível encontrar o plano de aula para as universidades públicas ou privadas do Brasil e de Portugal – Alfabetização midiática-política e

² Possa, J. (2023). *Finlândia inclui disciplina de combate a desinformação nas escolas*. UOL. <https://gizmodo.uol.com.br/finlandia-inclui-disciplina-de-combate-a-desinformacao-nas-escolas/> acesso em 18 de nov. de 2023.

fortalecimento democrático – Proposta de plano de aulas para o ensino superior. Nas pesquisas até aqui realizadas, foi encontrado muito material e ações voltadas para a alfabetização midiática. A ideia é apresentar um que incorpore também o tema de política dentro das salas de aula.

Como anseio, desejamos que este trabalho alcance e saliente o debate sobre o tema, na busca de contribuir para a criação e estruturação de medidas que visam o melhoramento das sociedades. E, quiçá, Portugal e Brasil possam vir a ser exemplos para outros países.

1. Educação e Cidadania

O objetivo deste capítulo é apresentar as mudanças que a sociedade atual tem vivenciado com a introdução de ferramentas tecnológicas e da internet no cotidiano, ou seja, como as inovações têm interferido nos comportamentos sociais. Discute-se o que tem sido desenvolvido na área dos estudos de educação para as mídias e qual a importância de propor soluções que visam alfabetizar as gerações atuais e as futuras sobre como viver em uma realidade conectada 24 horas por dia e sete dias por semana.

Um dos aspectos defendidos por estudiosos é a necessidade da educação para preparar os cidadãos a como lidar com as mudanças que têm ocorrido neste século XXI. Além de instruir os indivíduos para manusear as novas ferramentas de comunicação, é também importante ajudar a saber exercer um pensamento crítico sobre os conteúdos que chegam nos seus ecrãs.

1.1 Educação midiática para a formação cidadã

No prólogo da obra “Sociedade em Rede” do sociólogo Manuel Castells, é destacado a interferência da revolução tecnológica e sua responsabilidade na alteração da sociedade (Castells, 2002). Essas mudanças têm sido proporcionadas pelos aparelhos que cabem na palma das mãos e podem ser levados para todos os lados. “Hoje, as tecnologias digitais da informação e comunicação fazem parte do nosso cotidiano, seja para construir conhecimento, para trabalhar, para se entreter, para se engajar politicamente, etc.” (Cerigatto, 2020, p. 01).

O volume de informações somadas à facilidade de acesso fez com que as estruturas sociais fossem alteradas, é o que Damásio já defendia em 2001, ao ressaltar a importância de um elemento para educar as pessoas a como lidar com as novas tecnologias:

Transformaram o espaço público e afetaram a forma como os indivíduos se comunicam uns com os outros, ou de que o volume de mensagens recebidas por cada sujeito exige um novo regime cognitivo em que a atenção desempenha papel essencial (Damásio, 2001, p. 133).

Nesse mesmo caminho, os produtores, sejam eles profissionais ou não da área da comunicação, precisam pensar nas estratégias mais eficazes para que seus produtos alcancem o maior número de visualizações. Há agora uma maior preocupação em acompanhar e validar o sucesso da produção e, novas táticas são inseridas para estudar o comportamento da audiência e assim entregar conteúdos cada vez mais assertivos, customizados para seu público.

Para Baccega (2010), a prática do consumo perpassa todas as relações humanas, sejam elas dentro do lar, entre familiares, ou no mundo externo, como as realizadas nas igrejas, escolas, ou outros ambientes públicos. Esse fenômeno constitui um “Pilar da

contemporaneidade, construtor de identidades", o consumo de bens tangíveis e intangíveis tem se manifestado importante mediação constitutiva do sujeito. Seu conhecimento é indispensável para a formação de cidadãos capazes e críticos" (Baccega, 2010, p. 51).

Nesse sentido, a autora defende que a sociedade precisa ser conscientizada sobre o consumo, ou seja, que as pessoas tenham em mente a noção de serem peças fundamentais no sistema do consumo, seja de bens materiais ou imateriais, e possam ser estimuladas a desenvolver senso crítico sobre o que adquirem. E isso, para Baccega, é possível por meio do ensino. Educar os alunos como sujeitos ativos no processo de construção e inovação dessa sociedade implica que o consumo seja amplamente conhecido [...] que possibilite trazer aos sujeitos a condição de cidadãos críticos diante da dinâmica da sociedade; cidadãos que consigam consumir ou não a partir de sua própria análise, que sejam capazes de constituir novos modos de consumir (Baccega, 2010, p. 51).

No entanto, Baccega sugere uma nova educação, mais crítica a atual. Uma educação que construa sujeitos pensantes. Essa educação seria a chave para uma sociedade que não segue tanto o senso comum e consegue desenvolver uma leitura do mundo mais apurada e crítica. É necessário destacar também que quando falamos de educação midiática, não estamos nos referindo a mídia como um apoio para o ensino dentro das salas de aulas. E sim ensinar os alunos a ter um olhar mais crítico sobre o que consome de conteúdo. Marqueto, referindo-se aos ensinamentos de Buckingham (2019, p. 199), concorda ao defender a educação como uma ferramenta de promoção do pensamento crítico.

A alfabetização midiática, [...] se refere a promover pensamento crítico, e não ensinar a manusear tecnicamente a mídia. Alfabetização midiática seria, assim complemento, um objetivo a ser alcançado, uma espécie de disciplina, ações, atividades, movimentos, políticas voltadas para o relacionamento qualificado e crítico do público com a mídia (Marquetto, 2020, p. 194).

Marquetto distingue também a educomunicação de educação midiática. Para ela, a educomunicação se une à utilização de equipamentos midiáticos como apoio escolar, ou seja, o uso de mídia dentro da sala de aula. Já a alfabetização midiática é a capacidade do sujeito melhorar sua relação com a mídia. "Devido a sua relevância e constância na vida dos sujeitos sociais, pensando em disciplinas, projetos, políticas, voltadas para o objeto/objetivo mídia, e não usar a mídia como ferramenta para o aprimoramento educacional" (Marquetto, 2020, p. 195).

No entanto, a autora não descarta a importância da educomunicação no processo do ensino da alfabetização midiática, como um meio para se atingir um resultado, que na prática é a formação do pensamento crítico no cidadão.

[...] visam capacitar crianças e professores para uma recepção ativa e uma

produção responsável que auxilie na construção de uma atitude mais crítica em relação ao que assistem, acessam, interagem, produzem e compartilham, visto que a precariedade da reflexão sobre linguagens, conteúdos, meios e interesses econômicos impede uma compreensão mais rica (Fantin, 2011, p. 28).

A necessidade do fazer educativo como ferramenta para o ensino de um pensamento crítico já se fazia importante no passado, antes da interferência massiva das redes sociais. Agora, segundo Silveira, a alfabetização midiática é ainda mais relevante, a “proliferação das novas redes, plataformas e ferramentas digitais coloca em evidências necessidades básicas ao nível da alfabetização e formação de todos os cidadãos” (2011, p. 780).

Contribuir para o pensamento crítico dos cidadãos, implementar políticas públicas que possam somar no currículo escolar e conseqüentemente ser refletido no dia a dia, na forma como as pessoas consomem os conteúdos são objetivos estabelecidos em documento produzido pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), e “Alfabetização midiática e informacional” - Currículo para formação de professores, de 2013. Em meio aos avanços tecnológicos, o documento busca apresentar para os professores um apoio para implementar em salas de aulas atividades que possam alfabetizar os alunos.

[...] manifesta-se também a proliferação das mídias e de outros provedores de informação, por meio de grandes quantidades de informação e conhecimento que são acessadas e compartilhadas pelos cidadãos. Com esse fenômeno, e partindo dele, existe o desafio de avaliarmos a relevância e a confiabilidade da informação sem quaisquer obstáculos ao pleno usufruto dos cidadãos em relação aos seus direitos à liberdade de expressão e ao direito à informação. (ONU, 2013, p. 11).

E completa em outro documento, datado de 2016, “Alfabetização Midiática e Informacional” - Diretrizes para a formulação de Políticas e Estratégias, os autores Grizzle, Moore, Dezuanni, Asthana, Wilson, Banda e Onumah acreditam que a Alfabetização Midiática e Informacional, o que eles dão a sigla AMI, é peça importante para “valorizar nas sociedades as funções das mídias e de outros provedores de informação, incluindo aqueles na internet” (2016, p. 7). E para a Unesco, os professores são “os principais agentes de mudança”. (2013, p. 11).

1.2 Quem é responsável pela educação midiática?

Do nascimento até a primeira infância, cabe aos vínculos familiares - pais, mães, avós, tios e tias - apresentar o mundo e tudo o que o envolve para as crianças. Toda forma de socialização existente nessa fase é realizada pela família. Quando a idade escolar chega, a família, a escola, os professores e o corpo pedagógico desempenham a função de transmitir conhecimento para os educandos. David Buckingham (2020)

esclarece que a educação serve para "preparar as crianças para a vida adulta" (p. 129).

No entanto, inserir conteúdos programáticos no currículo da educação não parece ser uma tarefa fácil, uma vez que existem divergências sobre quem é o responsável por educar as crianças. Seriam os pais, as escolas, ou uma parceria entre família e escola? Essas indagações rondam diversos temas, indo além da alfabetização midiática, como, por exemplo, a educação sexual.

Escola e família, tradicionais agências de socialização, vêm se confrontando, nos últimos tempos com a comunicação, principalmente aquela que nos chega por meio dos aparatos tecnológicos, que hoje constituem outra agência de socialização. Entre elas há um embate permanente na disputa pela hegemonia na formação dos valores dos sujeitos, buscando destacar-se na configuração dos sentidos sociais (Baccega, 2010, p. 53).

Para Thoman e Jolls, é responsabilidade da escola proporcionar esse aprendizado por meio das metodologias já utilizadas em outras disciplinas, tais como: “[...] explorar, questionar, experimentar, descobrir [...] incentivar... orientar... apoiar o processo de aprendizagem. (2003, p. 07, tradução livre).³

Em relação aos mais variados temas, desde mídia até segurança pública, por exemplo, surgem questionamentos sobre os limites dos papéis escolares e familiares para a educação. Martins (2009), citando Nóvoa, apresenta que durante o século XX ocorreram mudanças significativas no conceito escolar “[...] concepções pedagógicas, psicológicas e sociológicas da infância foram-se misturando com 'ideologias da salvação', alimentando a ilusão da escola como lugar de 'redenção pessoal' e de 'regeneração social'" (Martins, 2009, p. 2161, citado por Nóvoa)

Por sermos seres sociais, mas com a respectiva individualidade, a escola precisa lidar concomitantemente com o privado de cada um e o discurso do coletivo. Para Martins, o ambiente educativo precisa alcançar o coletivo, mas respeitando as ideias singulares dos seus alunos (2009, p. 2162), e isso pode fazer da escola um local de constante mudança, para que ao longo do tempo possa se adaptar às demandas da sociedade. Postamn discorre que:

[...] as escolas não estão, nem nunca estiveram organizadas de forma a criar narrativas poderosas e inspiradoras. As escolas [...] não se fixam, contudo, numa única posição. Podem mover-se para cima, para baixo e para os lados, de modo a que, em diferentes momentos e em diferentes sítios, reflectam este aspecto e não aquele. Todavia, mostram sempre algo que está lá, não um produto da invenção das escolas, mas sim um produto da sociedade que as financia e que as usa para diferentes objetivos (Postamn, 2001, pp. 78 -79).

³ “[...] to explore, to question, to experiment, to discover [...] encouraging...guiding ... mentoring ... supporting the learning process” (Thoman e Jolls, 2003, p. 07).

Como destacado anteriormente, apostar no ensino efetivo de crianças e jovens é prepará-los para a vida adulta, e ainda mais, formar adultos críticos sobre o mundo que os cerca. Nesse sentido, Davies (1993) defende que não é possível pensar em adultos intelectualmente saudáveis, senão pensar em famílias e escolas que trabalham unidas. “O sucesso acadêmico está relacionado com o desenvolvimento social, físico e emocional das crianças. O interesse pela criança na sua totalidade requer que as escolas, as famílias e as comunidades aprendam a trabalhar em conjunto” (1993, p. 17).

Para Picanço (2012, há cada vez mais uma urgência na união forte entre pais e escolas para o melhoramento da educação dos alunos. “A escola é uma instituição que complementa a família e juntas tornam-se lugares agradáveis para a convivência de todos.” (p. 14). E para despertar nos pais o interesse em se envolver no ambiente escolar para além do acompanhamento das tarefas diárias ou reuniões de pais e professores, Picanço explica que é preciso pensar em opções de assuntos que possam interessá-los, cabendo ao ambiente escolar apresentar o caminho para isso.

Quando os autores propagam essa união como uma solução positiva para ensinar os alunos buscam explicar que a escola e o Estado, não são os únicos e exclusivos órgãos responsáveis pela educação dos cidadãos. Cada pessoa, como já dito, tem sua individualidade, suas crenças, paixões, ideologias, dessa forma, a formação da aliança, ou seja, escola e família, é uma forma de não gerar um ambiente opressor. Marques (2001), citado por Picanço, afirma:

O Estado-educador tem vindo a substituir-se à família, às restantes comunidades naturais e à sociedade civil no desempenho das funções de apoio ao desenvolvimento integral do educando. À medida que a família foi recuando nas suas funções educativas, o Estado foi ocupando o espaço vazio e, nas últimas décadas, essa intervenção estatal transformou-se num perigoso monopólio que urge quebrar, sob a pena de a escola pública de massas se tornar num mecanismo de propaganda ideológica e de controlo político dos cidadãos (2012, p.14).

Partindo desse pressuposto, em que pais e ambiente escolar devam caminhar juntos para a formação dos alunos, surge agora a problemática de como deve ser a formação dos educadores. É preciso que haja educadores especializados em alfabetização midiática nas salas de aulas? Ou deveria ser um conteúdo incluído já na grade da formação universitária de novos professores, independente da sua área, seja de exatas, humanas ou biológicas, por exemplo. E como ficariam os milhares de docentes que já atuam no ensino? A escola promoveria formações para eles?

Para essas questões, Buckingham (2020, p. 133) se baseia em sua experiência na Grã-Bretanha, o caminho para a alfabetização midiática envolve não apenas uma formação específica, mas também a integração, mesmo que secundária, em outras disciplinas. Ele argumenta que ensinar o manuseio da mídia é uma responsabilidade de todo o corpo educacional. O autor fundamenta sua defesa em duas razões principais.

Primeiramente, relaciona-se ao conhecimento prévio dos alunos fora da escola, destacando que, ao ensinar disciplinas como história, geografia ou ciências, é crucial reconhecer que grande parte do conhecimento dos alunos provém da mídia. Mesmo que esse conhecimento possa conter equívocos, um ensino eficaz implica em se envolver com o que os alunos já sabem. Em segundo lugar, destaca que, na prática, todos os professores utilizam mídias em seu ensino, seja por meio de programas de TV, livros ou software de computador. Diante disso, é essencial que façam perguntas críticas sobre essas mídias, em vez de simplesmente utilizá-las como ferramentas ou fontes inquestionáveis de informação (Buckingham, 2020, p. 134)

1.2.1 Educar para quê?

Buckingham acredita que a chave para preparar a sociedade para a tecnologia digital é o investimento na educação, para que a sociedade aprenda lidar com a vastidão de conteúdos disponibilizados nos smartphones, por meio, principalmente, das redes sociais. “De forma pragmática, é possível defender a ideia de que a Educação Midiática pode colaborar na resolução de inúmeros problemas de desinformação, ou segurança on-line, ou cyberbullying, ou qualquer que seja o último tópico de preocupação” (2020, p. 133).

É importante destacar que a educação, e em especial a alfabetização midiática, não dará conta de explicar, e até mesmo aperfeiçoar, todos os problemas da sociedade. Mas é urgente, como afirma Thoman e Jolls (data), orientar alunos sobre como lidar com a imensidão de conteúdos que os atingem: “O que os estudantes precisam hoje é aprender a encontrar o que precisam saber, quando precisam saber, e ter habilidades de pensamento de ordem superior para analisar e avaliar se a informação que encontram é útil para o que desejam saber.” (2003, p. 06, tradução livre).⁴

A introdução de novas mídias, das redes sociais no cotidiano das pessoas foi algo gradual, mas também repentino. Gradual quando olhamos para trás e verificamos a presença de redes que antecederam as atuais, como MSN, Orkut e até mesmo o e-mail. Repentina a partir do momento em que há redes sociais para todos os gostos, como o Instagram para os que amam fotos, Twitter que permite escrever algo curto e instantâneo, ou os vídeos e desafios do TikTok.

Com o passar dos anos e a evolução dos aparelhos eletrônicos, os smartphones foram substituindo a necessidade de ter outros equipamentos, já que em um só dispositivo celular concentra outras funcionalidades, para além ligar ou receber ligações. Exemplo disso, antes, as pessoas precisavam sair com o telefone móvel, uma câmera fotográfica, um gravador, um mapa físico, coisas parecidas para poder realizar

⁴ What students need today is to learn how to find what they need to know when they need to know it and to have the higher order thinking skills to analyze and evaluate whether the information they find is useful for what they want to know.” (Thoman e Jolls, 2003, p. 06).

tarefas específicas. Hoje, tudo está reunido em um pequeno aparelho que cabe nas mãos. É tão automática a sua inclusão no dia a dia, que questionar as funcionalidades, a facilidade de tudo chegar tão rápido e tão customizado aos nossos gostos é algo remoto para os usuários que buscam nos novos aparelhos facilidades e resoluções rápidas.

A alfabetização midiática chega em um momento em que em muitos lares, manusear computadores, celulares e as redes sociais é comum entre as crianças e adolescentes. Segundo Brites e Francisco (2011), existe um espaço temporal entre a geração anterior de pais e a atual de filhos, o que explica a enorme presença de jovens nas redes, e o distanciamento dos pais. “[...] jovens, e também as crianças, são vistos como os gurus da Internet em casa. Dada a iliteracia dos pais em matéria técnica de usos de Internet, até acham graça às habilidades que os filhos mostram quando usam a Internet, acabando por tolerar melhor a sua ligação” (2011, p.4).

Outro ponto importante é ressaltado por Calixto, Luz-Carvalho e Citelli (data), que defendem a relevância da alfabetização midiática devido à onipresença da tecnologia. Ela faz parte da nossa rotina de forma tão natural, que não nos damos conta de como pode estar controlando nossas decisões e influenciando opiniões. No entanto, muito do seu funcionamento é invisível para nós: por exemplo, muitos não entendemos como funcionam os algoritmos e os sistemas de pesquisa e recomendação. Não entendemos as dimensões econômicas da internet e como os dados são comprados e vendidos. Isso a torna uma forma de poder mais complexa e generalizada, em comparação com a mídia tradicional, como jornais ou televisão. Ou seja, imaginamos que estamos controlando e que estamos recebendo um serviço de graça, mas não é isso que está acontecendo (Calixto, Luz-Carvalho, & Citelli, 2020, p. 136).

Ao tratarmos da alfabetização midiática, faz-se necessário destacar que a sua importância se dá em um contexto em que o acesso à rede de computadores tem se ampliado. E o interesse em estar nela para se manter informado tem crescido também. “[...] as informações que tratam de notícias e eventos são as principais razões pelas quais 40% dos indivíduos utilizam as redes sociais. A população brasileira ocupa o segundo lugar no ranking mundial, chegando a passar 3h45 por dia nas plataformas sociais (Almeida, 2022, p. 34).

Como já referimos, a alfabetização midiática surge na certeza e na importância de formar cidadãos mais críticos com os conteúdos que recebem, sejam noticiosos ou não. A alfabetização é importante para a formação cívica. “A falta desta alfabetização constitui uma das mais graves barreiras ao desenvolvimento pessoal, social e cultural” (Torneró, 2015, n.d. tradução livre)⁵. Para o autor Paulo Freire, ter a formação cívica, consciência de ser cidadão, acontece quando o indivíduo tem plena consciência dos seus “direitos civis e políticos de um Estado” (1993, p.25).

É neste cenário das mídias digitais que a proliferação de fake news vem cada vez mais ganhando forças. Por isso, para Almeida (2022), é o momento de as escolas

⁵ “La falta de esta alfabetización constituye una de las barreras más serias al desarrollo personal, social y cultural” (Torneró, 2015, n.d.).

desempenharem, para além do tradicional currículo educacional, um papel na alfabetização de professores e alunos para o uso da internet, e conseqüentemente, das redes sociais. “[...] a escola deve priorizar por formar cidadãos que saibam discernir o que são as notícias verídicas e o que são as famosas fake news. O principal objetivo é incentivar no aluno a habilidade de fazer uma análise crítica das leituras que realiza” (2022, p. 34).

Um dos primeiros passos para isso, sugerido pelo autor, é introduzir no currículo o significado da imprensa, realçando a sua importância. Ensinar os envolvidos como é o processo da produção da notícia, desde o surgimento da pauta, até a publicação da matéria. O que difere um factual de um editorial, uma entrevista com especialista, etc., ou seja, explicar o funcionamento do jornalismo, a produção da notícia e a relevância da imprensa para a manutenção da sociedade democrática.

Empresas como o Facebook e a Google, possuem mecanismos que conseguem oferecer para seus usuários conteúdos customizados, pensados para atrair cliques de acordo com o interesse de cada um e são chamados de algoritmos. “Conglomerados gigantescos de mídia e seus provedores de conteúdo se tornam as 'portarias' que determinam as condições e os termos em que centenas de milhões de seres humanos asseguram o acesso uns aos outros na próxima era” (Lee, 2009, p. 9).

Navegar pelas redes sociais online restringe a formação de opiniões, a diversidade e o consumo de informações, o que resulta em bolhas que barram contrariedades, filtrando o que e quem vemos e o conteúdo com o qual interagimos. Cada atividade na rede será reportada de forma distinta nas timelines, conforme as bolhas digitais de cada um. Quanto mais interagimos, mais os algoritmos constroem um perfil pré-determinado sobre nós e definem o que iremos consumir (Silvério, Segurado, 2023, p. 409)

Dentro dessa lógica de customização e entrega de conteúdos específicos para os públicos específicos, Safatle (2018) aponta, por meio de Sigmund Freud, que é uma tática inteligente, já que a sociedade vive a necessidade de se formar em grupos, e em especial, grupos que pensam e concordam entre si.

Um dos sentimentos que pode contribuir para a formação social e conseqüentemente, bolhas é o desamparo, “O afeto que nos abre para os vínculos sociais” (Safatle, 2018, p. 42). No entanto, diante disso, Castells defende a ideia de que em cenário político, as pessoas se envolvem apenas quando se sentem ameaçadas. “Os cidadãos não veem muito sentido em gastar energia em indagações políticas, exceto quando atingidos por um evento que desperta sua indignação ou afeta seus interesses pessoais” (2003, p. 129).

Por fim, a alfabetização midiática, em especial voltada para as questões políticas no Brasil, por exemplo, faz-se necessária em decorrência das crises políticas e sociais que o país vem enfrentando nos últimos anos. A pegar as manifestações de junho de 2013, o impeachment da presidente Dilma Rousseff em 2016, a eleição do ex-presidente Jair

Messias Bolsonaro, em 2018, a prisão do atual presidente Luiz Inácio Lula da Silva, também em 2018, e a eleição dele, em meio a enormes polarizações em 2022. Os últimos 10 anos da política brasileira foram intensos e podem ter contribuído para o surgimento das bolhas afetivas, devido ao desamparo e a falta de representação política, o crescimento da desinformação e o enfraquecimento das instituições democráticas de direito.

Castells em sua obra “Ruptura”, denomina essas crises como algo que tem ocorrido em diversos países, como os da Europa, nos Estados Unidos e no Brasil, por exemplo, como uma crise da democracia liberal – [...] a ruptura da relação entre governantes e governados. A desconfiança nas instituições, em quase todo mundo” (2018, pp-7 e 8)

Diante desses fatores, é urgente pensar e repensar os caminhos que poderão ser tomados, tanto para a esfera política quanto para o social. Compreender e desenvolver mecanismos para entender e combater a propagação de governos autoritários que usam a tecnologia ao seu favor, somado às emoções, tais como o medo e o desamparo, como forma de convencimento e de dependência por parte da população. Nesse caminho, a alfabetização midiática pode ser um investimento presente para formar cidadãos mais críticos em relação aos conteúdos veiculados, principalmente, nas redes sociais.

Reconhece-se que a educação não pode resolver todos os problemas e contradições da sociedade, pelo que aquela se torna vítima evidente do seu próprio progresso. No entanto, no cenário que se estabelece em que não é mais possível imaginar um mundo sem internet e sem as redes sociais, que a educação das crianças, jovens e adultos sobre como usar as ferramentas online, como se informar, e como valorizar os profissionais da informação (como por exemplo, jornalistas), Schiffrin (2017) propõem que a educação seja a maneira mais correta para tentar manter a estabilidade política. Ou seja, formar cidadãos educados na importância do pensamento crítico.

A democracia baseia-se no pressuposto de uma população educada; isso é parte da razão pela qual a educação pública é tão importante. Compreender as questões importantes da atualidade, bem como as posições dos representantes do governo sobre essas questões, é necessário para que os cidadãos participem ativamente numa democracia. Sem este conhecimento, as decisões de votação podem ser arbitrárias, e o governo pode basear-se na captura de eleitores ou na bajulação, e deixar de ser uma democracia verdadeiramente funcional (Schiffrin, 2017, p. 123, tradução livre).⁶

Como bem disse Schiffrin, é na internet que as notícias falsas ganham forças e ameaçam a democracia. Essas mentiras produzidas são conhecidas como fake news, no entanto, com o crescimento da internet essa lógica ganha outro nome, a pós-verdade (D’Ancona, 2018). Na prática, é quando a pessoa não se importa se determinado fato é verdade ou não, decide acreditar apenas porque tem afinidade com a informação

⁶ Democracy rests upon the assumption of an educated populace; this is part of why public education is so important. Understanding the important issues of the day, as well as government representatives positions on these issues is necessary for citizens to participate actively in a democracy. Without this knowledge voting decisions may be arbitrary, and the government can be based on capturing voters or pandering and cease to be a truly functioning democracy (Schiffrin, 2017, p. 123).

transmitida. Se agrupando, como destacado anteriormente, em suas bolhas de afeição.

A educação, nesse sentido, seria uma forma de emancipação crítica para os cidadãos, como já alertado por Freire (1968), a conscientização como o caminho para a liberdade do fanatismo. Fanatismo esse aumentado com a presença das bolhas afetivas.

1.3 Obstáculos à alfabetização midiática

A falta de interesse por parte das lideranças governamentais em implementar políticas públicas de incentivo à educação midiática é um dos problemas destacados por David Buckingham. Essa lacuna decorre da possibilidade de os governantes se beneficiarem da falta de alfabetização midiática na população. Nesse aspecto, Buckingham ainda é taxativo ao apontar a ala mais conservadora da política como a responsável pelo atraso na implementação nas escolas. Para ele, há necessidade da inserção nos currículos escolares, mas a classe política não vê essa pauta como tema urgente.

[...] governos liderados por conservadores, o debate sobre a educação passou a ser dominado por uma espécie de populismo retrógrado, que realmente tem pouco lugar para a Educação Midiática. Os políticos, muitas vezes, falam sobre os perigos das “notícias falsas”, e assim por diante, mas eles realmente não estão interessados em alunos aprendendo a criticar a mídia (Buckingham, 2020, p. 132).

A compreensão que surge até aqui é de uma classe política que busca cercear a educação e assim garantir a emancipação dos cidadãos. Em a “Pedagogia do Oprimido”, o pensador brasileiro Paulo Freire em seu exílio, em decorrência da ditadura militar no Brasil, em 1968, é direto ao escrever que os opressores buscam tirar a humanidade dos seus oprimidos, e que cabe aos que sofrem, se levantarem e enfrentarem essa condição.

Colocando ambos os autores para dialogar, cada um em seu respectivo tempo, é possível perceber que Buckingham refere-se aos políticos como responsáveis pela não implementação de políticas públicas voltadas à alfabetização digital, já que não interessa a eles cidadãos críticos. Já Freire, mesmo que em um tempo que redes sociais online não existiam, enxergava na educação uma forma de consciência de sua condição para a busca da libertação. Mas, alcançá-la não seria fácil, já que o caminho para a liberdade do oprimido deve ser desbravado por ele mesmo. E para isso ele precisa ter consciência de sua situação de oprimido.

[...] como poderão os oprimidos, que hospedam o opressor em si, participar da elaboração, como seres duplos, inautênticos, da pedagogia de sua libertação.

Somente na medida em que se descubram hospedeiros do opressor poderão contribuir para o partejamento de sua pedagogia libertadora (Freire, 1968, p. 20).

Ao pensar na educação como base principal para progressão do que está posto aqui relacionado ao cidadão, internet, redes sociais e mídia, o objetivo é conceder-lhes a liberdade de questionar a veracidade, relevância, dos conteúdos recebidos. Fazê-los estourar a bolha afetiva e serem mais racionais demanda a vontade individual de cada um pela busca dessa emancipação. Freire esclarece que deixar de ser oprimido não é uma tarefa fácil, já que habita no social o “medo da liberdade”.

Os oprimidos, ao internalizarem a influência dos opressores e adotarem suas pautas, temem a liberdade, a medida em que esta, implicando na expulsão desta influência, exigiria deles que preenchessem o vazio deixado pela expulsão, com outro conteúdo – o de sua autonomia. “[...] a liberdade, que é uma conquista, e não uma doação, exige uma permanente busca” (Freire, 1968, p. 21).

Nesse sentido, fica claro que há uma contribuição significativa dos poderes políticos para que sejam incluídas nos currículos educacionais matérias voltadas para a alfabetização política, mas de igual forma, a sociedade necessita reconhecer sua importância e assim, persistir em busca da liberdade e da racionalidade para alcançar a sua independência do pensamento crítico. O caminho para a implementação das políticas públicas não é fácil, e não é o único problema que deve ser colocado. Há também a questão da desigualdade social que pode interferir na maneira que cada um acessa os conteúdos de informações.

No Brasil, no intervalo de 10 anos, de 2013 até 2023, o acesso de pessoas conectadas à internet aumentou em 78%, de acordo com o levantamento do Banco Mundial. “No mundo, estima-se que 64% das pessoas tenham acesso à internet. No Brasil, são 84%.

Quando se analisa os dados por continente, a América do Sul só perde para Europa e América do Norte” (Tavares & Buono, R., 2023). Outro dado relevante também é que há 10 anos, 102 milhões de brasileiros – metade da população na época, estava conectado à internet. Em 2023, são 181,9 milhões – ou 84% da população. No entanto, segundo Silvério & Segurado (2023), é preciso um olhar para a parte da sociedade que continua excluída da participação online. E esses números aumentam conforme a classe social e nível escolar for diminuindo. “É interessante destacar o uso da internet apenas via celular, uma realidade para 89% das classes D e E e para 65% da população preta do país (CGI, 2022)” (2023, p. 406).

Já em Portugal, segundo a Datareportal⁷, neste ano de 2023, dos 10,26 milhões de portugueses, 8,73 milhões utilizam a internet, o que equivale a 85,1%. Outro dado relevante da pesquisa é que existem 17,54 milhões de aparelhos móveis, ou seja, 117% da população está conectada por meio de um dispositivo. A justificativa apresentada pelo relatório é que muitos cidadãos portugueses utilizam mais de um aparelho, seja

⁷ Simon, K. *Digital Report: Portugal*. (2023). <https://datareportal.com/reports/digital-2023-portugal?rq=portugal> acesso em 7 de dez. de 2023.

para o pessoal ou para o trabalho. E conectados a alguma rede social, havia 8,05 milhões de utilizadores em janeiro de 2023.

Nesta problemática, impõe-se a dificuldade que essa população conectada à internet ruim ou com aparelhos limitados, ou até mesmo nível de escolaridade baixo, irá dificultar seu interesse em conferir a veracidade dos conteúdos. Muitas das vezes se conectam por meio de pacote de dados fornecidos pelas operadoras de telefone, o que limita o seu acesso a outros sites.

O modelo de inclusão deve compreender e estimular diversas formas de emissão de informação, criando mecanismos para uma maior inserção social e cultural do indivíduo. Podemos definir exclusão digital como a falta de capacidade técnica, social, cultural, intelectual e econômica de acesso às novas tecnologias e aos desafios da sociedade da informação. Essa incapacidade não deve ser vista de forma meramente técnica ou econômica, mas também cognitiva e social (Lemos e Lévy, 2010, p. 153).

O caminho e os obstáculos para se vencer e chegar, talvez, em uma sociedade, que começa a pensar e repensar a importância da alfabetização midiática e a relevância dela para a construção de uma democracia mais solidificada talvez seja um dos principais desafios do século XXI, pois os conteúdos veiculados na internet têm o poder de influenciar decisões.

2. Educação Midiática

A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, a UNESCO iniciou a sua intervenção para que os estudos sejam desenvolvidos com um olhar voltado para a educação midiática da sociedade nos anos 80. De tempos em tempos, a Organização publica cartas, manuais, para orientar governos sobre a importância de se olhar para este assunto. O debate ganha destaque na atualidade quando se fala da educação midiática para o fortalecimento do sistema político democrático. Neste sentido, encaminha-se para a relação da alfabetização midiática para o educar da sociedade diante as ameaças à democracia.

2.1. Nascimento da alfabetização midiática

Berço das teorias filosóficas, sociológicas e até mesmo políticas, a história da Grécia antiga é responsável em influenciar as teorias e práticas contemporâneas. Tida como “mãe” dos primeiros conceitos que definem democracia, foi também na Grécia as primeiras práticas do desenvolvimento do pensamento crítico.

[...] as questões críticas tão valorizadas pelos educadores de alfabetização midiática têm origem nas práticas instrucionais desenvolvidas na Grécia antiga, onde aprendemos que o conhecimento pode ser desenvolvido por meio de práticas questionadoras que aprofundam a análise e a reflexão (Hobbs & Jensen, 2009, p. 02, tradução livre)⁸.

Conforme defendido por Hobbs e Jensen, o pensamento crítico já era algo estimulado na antiga civilização, cinco séculos A.C, no entanto, a prática da alfabetização midiática só começa a ganhar força e a se estruturar como um tema necessário para discussão na segunda metade do século XX. No início do mesmo período iniciativas tímidas, como análises e críticas de filmes e teatro foram implementadas em colégios americanos, porém a prática não era vista com bom gosto pelas empresas cinematográficas. Foi só com o avanço das disciplinas de comunicação nas universidades americanas que o tema voltou à discussão. Porém, é nos anos de 1960 que a alfabetização midiática começou a ser conceitualizada.

[...] associado à ideia de educação para as mídias e à percepção que as crianças e os jovens, a partir da qual pessoas mais frágeis se encontravam indefesas e desprotegidas face às mídias, ao mesmo tempo em que eram vulneráveis e influenciáveis pelos conteúdos veiculados (Cunha, 2022, p. 184).

⁸ [...] the critical question that are so valued by media literacy educators originate in the instructional practices developed in ancient Greece, where we learned that knowledge can be developed through questioning practices that deepen analysis and reflection (Hobbs & Jensen, 2009, p. 02).

Em breve contextualização, a alfabetização midiática inicialmente desempenhava o papel de ensinar aos alunos a identificação de linguagens sensacionalistas presentes em conteúdos veiculados na televisão. “A educação para a literacia mediática era entendida como uma “defesa cognitiva” contra as formas mais evidentes e perturbadoras de sensacionalismo e propaganda que emanavam das indústrias culturais em rápido crescimento” (Hobbs & Jensen, 2009, p. 03, tradução livre)⁹.

Os autores explicam que foi a partir da década de 1970 que a alfabetização midiática começou a ser reconhecida como uma ferramenta para promover o pensamento crítico.

Postman e Weingartner (1969) delineiam uma abordagem de aprendizagem investigativa ao descrever como ela modifica a dinâmica da relação de autoridade entre professor e aluno: (1) o professor raramente expressa uma opinião pessoal sobre questões sociais ou políticas específicas; (2) não aceita uma única afirmação como resposta a uma pergunta; (3) incentiva a interação aluno-aluno em oposição à interação aluno-professor e geralmente evita atuar como mediador ou julgar a qualidade das ideias expressas; e (4) as aulas se desenvolvem a partir das respostas dos alunos e não a partir de uma estrutura “lógica” previamente determinada. Tais abordagens dependem da ativação da motivação e do envolvimento dos alunos através da exploração de questões que são percebidas como relevantes e significativas para os alunos (Hobbs & Jensen, 2009, p. 04, tradução livre¹⁰).

Com o aumento da presença de televisão nos lares, um grupo de estudiosos em Grunwald, Alemanha, publicou um documento enfatizando a importância da educação midiática. “[...] alertava para a necessidade de preparar os jovens para conviver e potencializar as vantagens da boa utilização das mídias” (Cunha, 2022, p. 184). O documento traz a convicção que não se pode ignorar a influência das mídias, como: televisão, jornais, revistas, tocadores de discos e rádios, e destaca a importância de compreender como essas mídias têm o poder de influenciar gerações. Além disso, a proposta defende a participação e união da escola e da família no processo de educação midiática.

Ao final, terminam a carta estabelecendo quatro apelos às autoridades:

1. lançar e apoiar programas integrados de educação para os media do ensino pré-

⁹ Media literacy education was understood as a ‘cognitive defense’ against the most overt and disturbing forms of sensationalism and propaganda pouring out of the rapidly growing culture industries.”(Hobbs & Jensen, 2009, p. 03).

¹⁰ Postman and Weingartner (1969) conceptualize one form of inquiry learning through describing how it alters the nature of the authority relationship between teacher and student: (1) the teacher rarely tells students a personal opinion about a particular social or political issue; (2) does not accept a single statement as an answer to a question; (3) encourages student-student interaction as opposed to student-teacher interaction, and generally avoids acting as a mediator or judging the quality of ideas expressed; and (4) lessons develop from the responses of students and not from a previously determined “logical” structure. Such approaches depend on activating student motivation and engagement through the exploration of issues that are perceived to be relevant and meaningful to learners” (Hobbs & Jensen, 2009, p. 04).

escolar ao ensino universitário e à educação de adultos cujo objetivo seja desenvolver os conhecimentos, aptidões e atitudes que favoreçam o crescimento de uma consciência crítica e, conseqüentemente, de uma maior competência entre os utilizadores dos media eletrônicos e impressos. Idealmente, tais programas deveriam incluir a análise de conteúdos mediáticos, a utilização dos media como meios de expressão criativa e a utilização e participação eficazes nos canais de media disponíveis; 2. desenvolverem cursos de formação para professores e outros agentes educativos, tanto para aumentar os seus conhecimentos e compreensão dos media como para os formar nos métodos de ensino apropriados, e que teriam em conta o conhecimento já considerável mas ainda fragmentado que muitos alunos já possuem; 3. estimularem atividades de investigação e desenvolvimento em prol da educação para os media a partir de disciplinas como a psicologia, a sociologia e as ciências da comunicação; 4. apoiarem e reforçarem as ações realizadas ou previstas pela UNESCO com o objetivo de incentivar a cooperação internacional na área da educação para os media (Grünwald, 1982, n.d.)¹¹

Em 1983, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, a UNESCO, elaborou um relatório, denominado “McBride”, que abordou as desigualdades no acesso à informação em países com altos níveis de pobreza. O relatório visava propor reformas para reduzir a concentração na distribuição de notícias, que estava predominante nas mãos das quatro seguintes agências de notícias: “a francesa Agence France Press (AFP), a britânica Reuters, e as americanas Associated Press (AP), e a United Press International (UPI)” (Cunha, 2022, p. 164).

Em 1984, a UNESCO publicou um documento em francês, chamado “L’éducation aux médias” - “O documento apontava a necessidade de os governos investirem na promoção de cultura capaz de utilizar os dispositivos de comunicação e de otimizar práticas comunicativas na e para a sociedade” (Cunha, 2022, p. 184, grifo da autora). O texto também enfatizava que a alfabetização midiática deveria abranger o processo comunicativo, considerando a perspectiva de que as empresas midiáticas têm seus próprios interesses, os quais são refletidos em seus conteúdos.

Com a questão cada vez mais presente na pauta e tornando-se uma ferramenta essencial, iniciaram-se discussões nos Estados Unidos da América (EUA), sobre a inclusão da educação midiática nas escolas. A partir dessas discussões e das críticas feitas por ativistas à mídia de massa no início dos anos 2000, surgiram dois grupos americanos, “Action Coalition for Media Education (ACME)” e “Alliance for a Media Literate America (agora chamado de “National Association for Media Literacy Education (NAMLE)”.

Hobbs & Jensen criticam a percepção de muitos que encaram a educação midiática apenas como um meio de ensinar o manuseio das ferramentas, negligenciado a importância de cultivar um pensamento crítico em relação aos conteúdos produzidos e disseminados nas plataformas sociais. Isso vai de encontro às considerações, por

¹¹ Declaração de Grünwald sobre educação para os media. (1982). <https://milobs.pt/wp-content/uploads/2018/06/Declaracao-de-Grunwald.pdf> acesso em 5 de jun. de 2023.

exemplo, do NAMLE, que enfatiza que a educação midiática proporciona aos usuários a habilidade de se comunicar e entender bem as mensagens recebidas.

“Considerando que a capacidade de produzir meios de comunicação aumenta significativamente a capacidade das pessoas de comunicar, bem como de compreender as mensagens dos meios de comunicação social, e os produtores de meios de comunicação, tanto profissionais como comunitários, têm conhecimentos consideráveis para partilhar [1]. símbolo da cultura para objetivos pessoais, estéticos, culturais, sociais e políticos – e como resultado, o respeito pela autonomia pessoal torna-se fundamental dentro de uma compreensão pluralista da educação para a alfabetização mediática (Masterman 1985) (Hobbs & Jensen, 2009, pp. 4 e 5, tradução livre).¹²

2.2 Linha do tempo da alfabetização midiática

O Observatório Media, Informação e Literacia (Milobs) desenhou uma linha do tempo do percurso da alfabetização midiática¹³. Desde o ano de 1927, data apontada como sendo a primeira vez que a ideia de alfabetização midiática surgiu, com a publicação do livro “A imprensa na escola”, do título original “L’Imprimerie À L’ École”, de origem francesa, de Célestin Freinet, alguns fatos marcam a trajetória que a teoria e a prática têm feito, conforme destacado abaixo:

- 1927 – É publicado o livro: “A imprensa na escola”, pelo escritor francês Célestin Freinet;
- 1953 – The National Telemedia Council, nos Estados Unidos da América, lança o Broadcasts News, que mais tarde ganharia o nome de “Journal of Media Literacy”;
- 1955 – O termo é usado pela primeira vez pelo Broadcasts Newsletter;
- 1969 – É fundado, em Nova York, The Center for Understanding Media, por John Culklin, conhecido como o “pai” da alfabetização midiática;
- O Conselho Nacional de Professores Ingleses aprova uma resolução para a alfabetização da mídia;
- 1978 – É fundado a Association for Media Literacy, em Toronto, Canadá;
- 1980 – UNESCO organiza primeira conferência internacional sobre alfabetização midiática, que acontece em Toulouse, França;
- 1982 – É divulgado a Declaração de Grunwald, documento referência na

¹² Whereas the ability to produce media significantly enhances people's ability to communicate, as well as to understand media messages, and media makers, both professional and community based, have considerable expertise to share”[1] To be truly literate means being to use the dominant symbol of the culture for personal, aesthetic, cultural, social, and political goals – and as a result, respect for personal autonomy becomes paramount within a pluralistic understanding of media literacy education (Masterman 1985) (Hobbs & Jensen, 2009, pp. 4 e 5).

¹³ Disponível em <<https://milobs.pt/cronologia/>> acesso em 10 de out. de 2023.

- alfabetização da mídia;
- 1982 - França lança um centro voltado para educação midiática;
 - 1986 - “Ler jornal é saber mais”, é lançado pelo Conselho de Imprensa, com apoio do Ministério da Educação e outras entidades. O objetivo era sensibilizar alunos do ensino médio sobre o papel e o valor da imprensa;
 - 1987 – A alfabetização midiática é introduzida pela primeira vez em um currículo, em Ontário, Canadá;
 - 1988 – The Commission for the reform of the Education System (CRSE), cria resolução para reforma educacional, que prevê a inclusão de conteúdos para alfabetização midiática, mas não obtêm sucesso;
 - 1989 - Inicia-se o projeto “Público na Escola”, em Portugal, promovido pelo jornal e presente até os dias atuais;
 - 1994 – O Departamento de Comunicação da Universidade de São Paulo (USP), lança o jornal “Comunicação e Sociedade”;
 - 1999 – Universidade americana cria o primeiro curso de pós-graduação com em alfabetização midiática;
 - 1999 – É realizado o congresso “Educação para a mídia e a era digital”, em Viena, com a presença de representantes de 33 países para estabelecer as bases para a ação da UNESCO no campo da educação midiática;
 - 2000 - É realizado o Summit 2000, com crianças, jovens e a mídia, em Toronto, no Canadá. Considerada a maior conferência sobre alfabetização midiática, com 53 países participantes;
 - 2006 – UNESCO publica o documento “Media Education, a kit for teachers, students, parents and professionals”, com a objetivo de distinguir a alfabetização midiática da educação midiática;
 - 2007 – Comemoração do 25º aniversário da Declaração de Grunwald, em Paris. Data que marca também a necessidade rever o documento para acompanhar as transformações tecnológicas;
 - 2021 – UNESCO publica uma nova edição de “Media and information literacy curriculum for educators and learners”;

Com o surgimento e o crescimento das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), a partir dos anos 80, houve uma mudança de foco no processo educativo, passando a incluir o consumo de informações. “O uso do termo Media and Information Literacy tornou-se mais amplo abrangendo os meios de comunicação na Web e com isso englobando respectivamente: a Mídia e a Informação” (Luce, Soares e Estabel, 2021, p. 136).

A UNESCO começou a participar das discussões em 1982, por meio da Declaração de Grünwald, e desde então tem advogado em prol da cultura da Alfabetização Midiática e Informacional (AMI). O objetivo da entidade é incentivar os países membros da Organização das Nações Unidas (ONU), a adotarem a implementação de uma educação que capacite os cidadãos com pensamento crítico.

2.3 Alfabetização midiática na pauta política

A alfabetização é um processo de ensino que permite à criança identificar as letras, combiná-las para formar palavras, frases e textos, possibilitando a comunicação. No entanto, além desse aspecto, ela contribui em diversos domínios, como na matemática, para entender um problema e pensar na resolução, no campo da biologia e entre outras. Nesse sentido, torna-se relevante considerar uma alfabetização que pense os processos políticos. Com a introdução da tecnologia e, conseqüentemente, das redes sociais, torna-se pertinente propor ações direcionadas ao ensino midiático nas escolas.

No universo educativo, existem críticas à educação como formadora da moral e ética cidadã, argumentando que ela pode restringir o pensamento, a fala e as ações do indivíduo, conforme explicado por Baccega (2010). Contudo, a educação pode ser percebida como uma ferramenta de liberdade. Quando se aborda a alfabetização midiática e política para a sociedade, busca-se um tipo de ensino que estimule os educandos a analisar criticamente o ambiente em que estão inseridos, sendo necessário que sejam letrados em relação ao que está ao seu redor.

Segundo Freire (1997, p.21) “[...] há só dois métodos educativos diferentes, revelando atitudes específicas face aos iletrados; o primeiro, o da educação visando a domesticação do homem; o segundo, o da educação que visa a libertação do homem (não que por si só a educação possa libertar o homem, mas ela contribui para esta libertação ao conduzir os homens a adotar uma atitude crítica face ao seu meio).

Entretanto, se a política de alfabetização estiver orientada para o primeiro método mencionado, o resultado será a formação de indivíduos desencorajados a questionar o ambiente em que estão inseridos. “A curiosidade, o sentimento do espanto quando nos encontramos face à própria vida, a capacidade de pensar: tudo isso deve ser morto” (Freire, 1997, p. 22). Ao abordar essa questão, Freire crítica as elites políticas, apontando a falta de interesse delas em incluir em debates temas que levem a sociedade a analisar criticamente os problemas sociais.

No segundo método referido por Freire, a educação para a libertação, a lógica é que o aluno seja estimulado para o mundo da descoberta. “[...] o instrutor convida o aluno a conhecer, a descobrir a realidade de maneira crítica. [...] A educação para a libertação consiste apenas em impor liberdade” (Freire, 1997, p. 24). Freire acredita na educação como a única forma do indivíduo alcançar o pensamento livre, de questionar, e de perceber o mundo. Ele ainda continua:

[...] do ponto de vista da libertação, o processo de alfabetização é um ato de conhecimento, um ato criador, no qual o iletrado, tanto como o seu instrutor, desempenha o papel de sujeito, conhecedor. Os iletrados não são considerados como “recipientes vazios” ou como simples recipientes. Não são considerados marginais que devem ser recuperados, mas como homens que estão impedidos de ler e de escrever

pela sociedade na qual eles vivem, homens dominados, privados do seu direito de transformar o seu próprio mundo (Freire, 1997, p. 24).

Pensar em um sistema de ensino que eduque os alunos para a criticidade política nesses tempos midiáticos é uma forma de solidificar a democracia. “Não podemos conceber a democracia e a liberdade de expressão sem pensar na mídia – uma esfera pública tão vital para o funcionamento da democracia” (Alton, 2016, p. 8).

Entretanto, surgem outras problemáticas, como a falta de interesse da elite política na criação de políticas públicas e as desigualdades existentes. Enquanto algumas pessoas possuem acesso à informação e até mesmo um nível crítico elevado, na outra extremidade, existem aqueles que carecem de ferramentas físicas, como acesso à internet, e não são estimulados a questionar o meio em que estão inseridos. Por esse motivo, a UNESCO sugere políticas e estratégias, a partir do documento “Diretrizes para a formulação de Políticas e Estratégias”:

Sem políticas e estratégias [...] aumentarão as disparidades entre os que têm e os que não têm acesso à informação e às mídias, e entre os que exercem ou não a liberdade de expressão. Outras disparidades surgirão entre os que são capazes de encontrar, analisar e avaliar de maneira crítica, além de aplicar a informação e o conteúdo midiático na tomada de decisão (Alton, 2016, p. 12).

Em uma era em que as notificações se acumulam nas telas dos smartphones, nas caixas de entradas do email, nas mensagens recebidas nos aplicativos de mensagens e nas redes sociais, administrar e ter o senso crítico para todo o conteúdo é uma tarefa árdua, e requer tempo, paciência e discernimento. No entanto, ter informação é primordial para o desenvolvimento do ser humano. “A informação é fator decisivo de desenvolvimento humano, seja na esfera pessoal ou profissional” (Luce, Soares, Estabel, 2021, p. 135).

2.3.1 Alfabetização midiática e política no Brasil

Em 1º de janeiro de 2023, por meio de Decreto nº 11.362, o Governo do Brasil, criou a Secretaria de Políticas Digitais (SPDIGI). Dentre os diversos objetivos, destaca-se: a formulação e aplicação de políticas públicas dentro da Internet, o asseguramento do desenvolvimento do jornalismo profissional, e junto com o Ministério da Educação (MEC), a promoção de políticas públicas para a educação midiática. No dia 19 de maio de 2023 foi iniciada pela Secretaria uma consulta pública sobre educação midiática, a qual recebeu 418 contribuições, até o dia 30 de junho de 2023, prazo este estendido pelo Governo. De acordo com a Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom), o arquivo procura esclarecer os pontos de atuação na questão da educação midiática:

Nosso objetivo é alcançar, mobilizar e receber contribuições críticas e sugestões de diversos setores, incluindo a sociedade civil, movimentos sociais, universidades e demais instituições e órgãos públicos e privados, além de coletivos e indivíduos engajados no tema, a fim de enriquecer as iniciativas planejadas para implementação nos próximos anos, com participação social e transparência (Secom, 2023,

<https://www.gov.br/participamaisbrasil/educacao-midiatica>)

Questionados por e-mail sobre quais os próximos passos a serem dados, a Secretaria afirmou que estão sendo desenvolvidas ações no âmbito da educação midiática. Ainda segundo eles, em março deste ano foi lançada a cartilha direitos das mulheres no ambiente digital, chamada "Caiu na Rede é Crime", como parte da campanha "Respeito" do Governo Federal. Em abril, como parte das respostas e enfrentamento à violência nas escolas, foi dada orientações para pais e alunos sobre como dialogar sobre violência no ambiente digital, em parceria com o Ministério da Educação (MEC) e a sociedade civil.

Além disso, a Secretaria destacou que há as chamadas "Caravana pela Paz nas Escolas", iniciativa da Secretaria Nacional de Juventude, na qual realiza oficinas de educação midiática em escolas pelo país.

Paralelamente a isso, algumas iniciativas no Brasil buscam implementar a educação midiática nas escolas, no entanto, são rejeitadas ou arquivadas quando chegam no âmbito político para votação. Exemplo disso, o caso do Estado do Espírito Santo, na região Sudeste. Em 2020, os vereadores da Câmara de Vitória, capital do estado, arquivaram um projeto de lei que buscava incluir na rotina escolar a unidade curricular para preparar crianças e adolescentes de escolas públicas como lidar com os conteúdos online. E em âmbito Estadual, os deputados da Assembleia Legislativa (Ales) também arquivaram um projeto semelhante ao municipal¹⁴.

Paralelo a isso, a única Universidade pública do Estado, a Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes), tem um programa de educação para alunos, o "Comunicaê", vinculado ao Observatório da Mídia¹⁵ – grupo de pesquisa do Departamento de Comunicação da Ufes, que tem desenvolvido um trabalho de educação midiática por meio de palestras e workshops em escolas.

2.3.1 Literacia midiática em Portugal

Conhecida no Brasil como alfabetização, a prática no país europeu, Portugal, é chamada de literacia. De acordo com um levantamento realizado pela "Bye, bye, birdie: Meeting the challenges of Disinformation". The Media Literacy Index 2023¹⁶", Portugal ocupa o 12º lugar, em um total de 41 países avaliados. O documento apresentou o grau de vulnerabilidade dos países às fake news, ou seja, a desinformação. E defendeu que

¹⁴ Alves, N. (2023). *Desinteresse político pela educação midiática enfraquece a democracia*. A Gazeta. <https://www.agazeta.com.br/artigos/desinteresse-politico-pela-educacao-midiatica-enfraquece-a-democracia-0123> acesso em 11 de set. de 2023.

¹⁵ Disponível em: <<https://observatoriodamidia.ufes.br/comunica%C3%AA-educ%C3%A7%C3%A3o-para-m%C3%ADdia>> acesso em 16 de nov. de 2023.

¹⁶ Lessenski, M. (2023). "Bye, bye, birdie": *Meeting the Challenges of Disinformation The Media Literacy Index*. <https://osis.bg/wp-content/uploads/2023/06/MLI-report-in-English-22.06.pdf> acesso em 05 de nov. de 2023.

apesar de ser uma medida com resultados alcançados a longo prazo, a educação é importante para o combate, tal como a regulamentação das mídias.

Atualmente o país conta com a Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), criada para acompanhar reclamações, emitir pareceres, relatórios da Comunicação Social em Portugal. Ela é responsável também em verificar a aplicação da Diretiva da União Europeia de 2018¹⁷, que estabelece orientações sobre como os cidadãos podem se relacionar de forma segura com a comunicação social. Com isso, iniciativas voltadas para a literacia das mídias têm sido desenvolvidas, como o “Desafio de Educação para os Media”.

Tal como também, o projeto nacional, EdumEDIATEST: Media Literacy: interactive training and evaluation, que está traduzido em vários idiomas, e trabalha para a formação de jovens com idade entre 14 e 18 anos. O projeto LEME – “Literacia e Educação Mediática em Linha”, desenvolvido pela Secretaria de Estado do Cinema, Audiovisual e Media e por fim, o grupo de trabalho feito pela Direção Geral de Educação no âmbito da revisão do Referencial de Educação para os Media.

2.3.2 Panorama entre os países Brasil e Portugal no quesito liberdade da imprensa

O Brasil começou a dar uma atenção mais cuidadosa à questão da educação midiática para combater fake news a partir de 2023. No ranking produzido pelos Repórteres Sem Fronteiras, em 2023, o Brasil ocupa o 92º lugar dentre os 180 analisados no quesito de respeito à liberdade de imprensa, o que impacta a relação dos brasileiros com a profissão e com as fakes news. A atual posição brasileira pode se explicada pelos constantes ataques do ex-presidente Jair Bolsonaro à imprensa durante o seu mandato (2019-2022)¹⁸.

Já Portugal, no mesmo ranking, ocupa a 9º lugar. “A liberdade de imprensa é robusta em Portugal. Os jornalistas podem conduzir suas reportagens sem restrições, embora alguns possam enfrentar ameaças de grupos extremistas” (Repórteres Sem Fronteiras, 2023)¹⁹.

2.4 Analfabetismo político

Dentro do universo da alfabetização, destaca-se a alfabetização política, e, inversamente, a analfabetização política. Este processo foi definido por Freire (1997) como: “[...] um analfabeto político – quer saiba ou não ler e escrever, é alguém que tem uma percepção ingênua das relações dos homens e do mundo, uma inteligência ingênua da realidade social [...] ele evita as suas responsabilidades históricas” (Freire,

¹⁷ Diretiva (UE) 2018/1808 do Parlamento Europeu e do Conselho (2018). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX:32018L1808>> acesso em 05 de nov. de 2023.

¹⁸ Repórteres Sem Fronteiras (2023). <https://rsf.org/pt-br/ranking> acesso em 16 de nov. de 2023.

¹⁹ Repórteres Sem Fronteiras (2023). <https://rsf.org/pt-br/ranking>> acesso em 16 de nov. de 2023.

1997, p. 24).

A maneira como ocorrerá o letramento político, ou seja, tirar o indivíduo da condição de alheio às tomadas de decisões políticas do seu meio, para o papel de participante, observador e crítico, requer, de acordo com Freire, um processo de desconstrução do status quo estabelecido. Quando ele menciona a educação como a domesticação do homem, ele define como um processo em que os professores se isolam da relação com seus alunos e passam a ensiná-los a viver de forma a aceitar a realidade do jeito que é.

Na alfabetização libertadora para a política, Freire destaca que o professor precisa, de certa forma, descer do seu status e se aproximar do aluno. “[...] o educador libertador deve morrer como educador “unilateral”, de modo a renascer como aluno-mestre de seus mestres-alunos. Sem esta morte recíproca e este renascimento, uma educação libertadora é impossível”, (Freire, 1997, p. 27). Em outras palavras, a educação libertadora é uma estrada de dois sentidos. Onde há troca de conhecimento entre professor-aluno e aluno-professor.

Para superar o analfabetismo político, onde as pessoas preferem se alienar a questionar os problemas sociais existentes, é necessário passar por um processo de educação política libertadora. Quando a sociedade não possui um nível de letramento político que permita entender o contexto em que está inserida, ela fica vulnerável às decisões dessa classe. O resultado disso pode ser o desencadeamento de uma ruína democrática (Cunha, 2022). Em países onde o sistema ainda está em consolidação, a polarização das ideias pode eliminar o diálogo e contribuir para um discurso de destruição do outro.

O outro, para que mantenha essa condição fundamental, não está para ser assimilado ou rejeitado, muito menos destruído, mas é alguém com o qual eu devo lidar respeitosamente e preservar sua liberdade e igualdade, para que a liberdade e a igualdade mesmas, que são fundamentos morais da democracia, não se percam. Considerar o que o outro pensa diferente de mim como adversário, e não como inimigo, é a atitude elementar da política democrática (Cunha, 2022, p. 98-99).

O sistema político democrático tem enfrentado crises em alguns países, onde ações antidemocráticas vão se instalando aos poucos. Como bem definiu Levistky e Ziblatt (2018), os golpes autoritários não acontecem como nos séculos passados, com invasões e tomadas do poder por meio da força, a democracia é destruída por dentro, ou seja, as instituições vão sendo desvalorizadas pelos outsiders políticos antidemocráticos. “Desde o final da Guerra Fria, a maior parte dos colapsos democráticos não foi causada por generais e soldados, mas pelos próprios governos eleitos” (2018, p. 17). Como discursos anti-imigratórios e xenófobos, racistas, questionando a ação dos outros poderes, como o judiciário e legislativo e criticando o papel da imprensa. “Por esse meio e com método, políticos autoritários implantam chips mentais, fazendo uma lavagem cerebral em corpos dóceis, suscetíveis ao autoritarismo disfarçado em slogans

patrióticos, religiosos e conservadores” (Callegari, 2023, p. 34).

Diante de contextos como esses, a educação surge como peça fundamental para o fortalecimento democrático e o combate ao analfabetismo político. Sendo ela a chave para que o futuro das instituições, dos direitos, igualdade e deveres sejam mantidos. “Para evitar essa anomia degradante, talvez seja necessário levar a cabo um programa de educação política desde a infância, alicerçado nos princípios e valores democráticos, cujo locus jurídico é a Constituição Federal” (Callegari, 2023, p. 36).

No entanto, alguns autores acreditam que a pauta foge do interesse da classe política para a implantação assertiva. “[...] podemos supor a necessidade urgente de educação política, como base para uma esfera privada e pública esclarecidas e participativas. Um ambiente social, sem educação política democrática, favorece o líder demagogo e autoritário, pois nem sempre os políticos revelam toda a plenitude do seu autoritarismo antes de chegar ao poder” (Callegari, 2023, p. 37, apud Levitsky e Ziblatt, 2018, p.31).

2.5 Alfabetização para ler o mundo midiático

Refletir sobre a maior parte da sociedade contemporânea sem acesso às tecnologias, como os aparelhos telefônicos, computadores, e rede de internet, e sem mencionar as redes sociais pode ser utópico. Desde a introdução dessas tecnologias nas rotinas diárias, elas se tornaram acessórios essenciais para a realização de várias tarefas, como compras, falar com outras pessoas e para se informar. Surgiu um ecossistema comunicativo, que está se transformando em alguma coisa tão vital como o ecossistema verde, ambiental (Martín-Barbero, 2000, p. 54).

Duas décadas se passaram desde o texto do autor, e as pesquisadoras Spinelli e Santos (2020) concordam com Martín-Barbero ao argumentar que a infância atual já está impregnada pelas tecnologias. “E as crianças, que já nascem com uma empatia cognitiva às novas tecnologias, vivenciam formas de perceber e de sentir que conflitam com a experiência dos adultos” (2020, p. 147). Santaella, completa que a sociedade agora é formada por conexões, mediatizada e midiaticizada, e que nossa atenção é disputada.

Ser cidadão nessa sociedade hipercomplexa, que potencializa a hipersociabilidade, significa tornar-se capaz de distinguir entre diferentes linguagens e mídias, suas naturezas comunicativas específicas, suas injunções político-sociais e, a partir disso, ter condições para desenvolver a capacidade de levantar perguntas acerca de tudo que lemos, vemos e escutamos (Santaella, 2013, p. 13).

À medida que essas tecnologias se tornam elementos fundamentais do cotidiano, aceitá-las sem questionar o que está por trás pode ser perigoso, pois existe um mecanismo para entregar conteúdos personalizado para cada usuário “[...] poder divino da tecnologia para infectar cada um de nós, inflamando, ou até criando, os nossos medos, raivas e ódios, e acelerando a ascensão de déspotas e ditadores em todo o mundo” (Ressa, 2023, p. 16).

Diante desse contexto, ou seja, da importância da tecnologia para o nosso dia a dia e

do acesso cada vez mais fácil que as pessoas estão adquirindo para se manterem conectadas e expostas a todo o tipo de conteúdo, como a própria Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) realça:

O acesso a uma quantidade ilimitada de informação é muitas vezes associado a uma literacia mediática insuficiente, o que significa que os jovens são facilmente enganados por notícias partidárias, tendenciosas ou falsas. Neste contexto, cultivar a competência global dos alunos pode ajudá-los a capitalizar os espaços digitais, a compreender melhor o mundo em que vivem e a expressar a sua voz online de forma responsável (OCDE, 2018, p. 05, tradução livre)²⁰.

Martín-Barbero (2000) é um crítico fervoroso dos documentos que a UNESCO tem lançado ao longo dos anos. Ele os enxerga como ideias que não conseguem associar a educação com o novo ecossistema de comunicação existente. Como se essas novas ferramentas tecnológicas fossem só mais um meio para transmitir o conhecimento, no entanto, para Barbero, é preciso ensinar a lidar com elas.

O problema que as principais democracias enfrentam é não saber como lidar com os conteúdos de desinformação que circulam pelas redes sociais. Muitos países, como o Brasil ou até mesmo os que integram a União Europeia, como o caso de Portugal, têm apostado em legislações para coibir e responsabilizar as grandes empresas de tecnologias, porém, isso pode ser insuficiente.

A atitude defensiva da escola e do sistema educativo está levando a desconhecer ou disfarçar o fato de que o problema de fundo está no desafio que lhe é apresentado por um ecossistema comunicativo, do qual emerge outra cultura, outro modo de ver e ler, de aprender e de conhecer (Martín-Barbero, 2000, p. 56).

É preciso um olhar atencioso dos governos democráticos para essa questão e enxergar na educação a chave do problema, mas é necessário que a escola esteja preparada para tal, “O problema está em saber se a escola vai ser capaz de ensinar a ler livros não só como ponto de chegada, mas também de partida para outra alfabetização, a da informática e das multimídias” (Martín-Barbero, 2000, p. 57). O questionamento do autor é se a escola consegue formar pessoas que saibam ler para além dos livros, mas também as novas tecnologias, como os textos em blogs com links que promovam a cultura dos hipertextos, com conteúdos em áudios, vídeos e imagens.

O cidadão de hoje pede ao sistema educativo que o capacite a ter acesso à multiplicidade de escritas, linguagens e discursos nos quais se produzem as decisões que o afetam, seja no campo de trabalho como no âmbito familiar, político e econômico. Isso significa que o cidadão deveria poder distinguir entre um telejornal independente e confiável e um outro que seja mero porta-voz de um partido ou de um grupo

²⁰ Likewise, access to an unlimited amount of information is often paired with insufficient media literacy, meaning that young people are easily fooled by partisan, biased or fake news. In this context, cultivating students’ global competence can help them to capitalise on digital spaces, better understand the world they live in and responsibly express their voice online (The OECD, 2018, p. 05).

econômico, entre uma telenovela que esteja ligada ao seu país, inovando na linguagem e nos temas e uma telenovela repetitiva e simplória. Para tanto, necessitamos de uma escola na qual aprender a ler signifique aprender a distinguir, a tomar evidente, a ponderar e escolher onde e como se fortalecem os preconceitos ou se renovam as concepções que temos sobre política, família, cultura e sexualidade (Martín-Barbero, 2000, p. 58).

Ainda segundo Martín-Barbero, é impossível pensar nos entraves da comunicação sem pensar, primeiro, na educação. Nesse contexto, conforme demonstrado até aqui, o objetivo deste trabalho é dialogar e propor um projeto de investigação-ação, que aborda um plano de alfabetização midiática-política para crianças, adolescentes e jovens. Essa proposta é vista como uma ferramenta para ler o mundo, e nesse caso, ler as engrenagens que fazem a máquina da política funcionar.

A ideia é mobilizar a sociedade atual e as novas gerações para o interesse do saber sobre os conceitos políticos, como ler as informações veiculadas. “[...] educação, para renovar a cultura política de maneira que a sociedade não procure salvadores, mas sim crie sociabilidades para conviver, harmonizar, respeitar as regras do jogo cidadão, desde as do tráfego até as do pagamento dos impostos.” (Martín-Barbero, 2000, p. 60).

3. Nova Forma de Consumir Notícias

Com a inserção das tecnologias e a evolução dos celulares, que adquiriram mais recursos ao longo dos anos, o jornalismo precisou se adaptar para acompanhar as mudanças e continuar presente no cotidiano das pessoas. Dias (2021) defende que a internet fez com que o jornal entrasse para a cultura online. As empresas responsáveis pela produção da notícia, começaram a estudar qual a melhor forma de apresentar a notícia na internet.

Inicialmente, por meio da criação de blogs de notícias, hoje os jornais estão presentes em aplicativos e nas redes sociais. O objetivo deste capítulo é traçar o percurso feito pelas empresas jornalísticas para acompanhar as mudanças ocorridas nos últimos anos e as crises que a profissão enfrentou e enfrenta para se adaptar ao meio. Além disso, apresentamos a relevância da educação como meio de empoderamento do cidadão, ou seja, o educar como ferramenta de autonomia para o indivíduo.

3.1 Do papel para o online

Durante muitos anos fomos habituados a ver representada nos comerciais, filmes, telenovelas a seguinte cena: uma família sentada à mesa para tomar o seu café da manhã, com alguém lendo um jornal impresso em mãos, um rádio ligado ou até mesmo o canal de notícias passando ao fundo. Entre os assuntos que são discutidos, a notícia pode virar pauta da conversa entre a família. No entanto, essa cena tem mudado no imaginário popular.

Hoje, para além do dia agitado, que nem sempre permitirá a família ter tempo para dialogar no café da manhã, as formas de ler, ver e ouvir notícias têm se alterado. As revistas, jornais impressos, TV e rádio, podem ser substituídos por apenas um aparelho, o celular. “Hoje, notícia é algo que você encontra em formatos e plataformas de sua escolha” (Steensen & Westlund, 2021, p. 07, tradução livre)²¹.

O autor Jenkins (2009), chama esse fenômeno de convergência, que para ele, agrupa os fatores tecnológicos, sociais, culturais e mercadológicos.

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao

²¹ “Today, news is something that you find in formats and on platforms of your own choosing” (Steensen & Westlund, 2021, p. 07)

comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam (Jenkins, 2009, p. 30).

Bell & Owen, explicam que ficar fora das redes sociais não era uma opção para a imprensa. Era preciso acompanhar essa alteração na vida das pessoas para sobreviver. “Quando o público foi para a web móvel e social, as organizações jornalísticas não tiveram saída, senão ir atrás”, (2017, p. 55). Indo ao encontro de Jenkins (2009), que defende a ideia de que as antigas mídias precisam se relacionar com as evoluções tecnológicas.

Denominada por pesquisadores como a terceira onda do jornalismo. “[...] estamos vivendo uma terceira onda de transformação tecnológica. A migração do computador para a telinha do celular [...]” (Bell & Owen, 2017, p. 52). O que temos visto agora é a influência gigantesca das redes sociais como transformadoras do antigo modo de produzir notícias.

Durante a primeira fase da digitalização das redações – que se estendeu basicamente do advento da internet comercial em 1994 à popularização da banda larga em 2004 –, a grande preocupação de organizações jornalísticas era saber como transferir o produto impresso para o meio digital (Bell & Owen, 2017, p. 52).

Nessa mesma onda evolutiva, chegou à Web 2.0, que permitiu que um conteúdo jornalístico fosse feito em áudio, vídeo, texto, ou seja, estar em várias plataformas, conhecido como conteúdo multimídia. “Neste momento, a Internet é o meio de comunicação que converge os media num único suporte, possibilitando os jornais a publicar informações antes exclusivas da rádio e da televisão, sendo o texto o principal suporte de informação” (Dias, 2021, p.30).

E as mudanças não pararam por aí. Com a chegada das redes sociais e o fácil acesso a elas por meio de aplicativos nos celulares, ou seja, não era mais preciso entrar em navegadores dos computadores, fez com que elas, as redes sociais, ganhassem ainda mais relevância e adeptos. Diante disso, as empresas por trás delas, como o Facebook e o Twitter, viram a oportunidade de unir em um só ambiente o entretenimento, a comunicação entre pessoas, a publicidade e, as notícias. “Nos últimos dois anos, a integração do meio jornalístico com plataformas sociais como Facebook, Twitter, Snapchat e Google acelerou” (Bell & Owen, 2017, p. 52).

E são nessas plataformas que as informações de cunho jornalísticos conseguem ser distribuídas de formas diferentes, além de serem conhecidas mais rápidas, do que no jornal impresso, por exemplo, que os leitores tinham de esperar o próximo dia para ter acesso a notícia. Mattos (2021) defende ainda que ao incluir as notícias nas redes sociais, demanda das empresas outros quesitos, como: “[...] forma como o conteúdo é criado e produzido. Os media jornalísticos, que dominaram o processo de curadoria do conteúdo durante todo o século XX, hoje se veem em uma nova relação no processo de produção, circulação e monetização do conteúdo disponibilizado” (p. 02), e ainda escreve:

Nesse ambiente, as notícias tendem a circular como conteúdos únicos, fora das

narrativas tradicionais dos jornais, telejornais ou boletins informativos de rádio, influenciados pela curadoria algorítmica das plataformas e pelo potencial de partilha dos utilizadores comuns, que geralmente consomem estes conteúdos por smartphones e sem sair das redes (Mattos, 2021, p. 02).

Devido essa migração, as plataformas começaram a criar mecanismos que permitissem a presença dos veículos de imprensa em seus espaços. Em 2015, o Facebook lançou o Instant Articles, um meio que permitiria o carregamento mais rápido do conteúdo informativo.

Ferramentas para ajudar veículos de imprensa a produzir material para plataformas específicas – como Facebook Live Video, Instagram Stories, Snapchat Discover e Twitter Moments – cumprem a dupla função de deixar que jornalistas e meios de comunicação produzam conteúdo diretamente na plataforma em questão e ajudar a plataforma a incentivar a produção do gênero e formato de jornalismo que hospedam (Bell & Owen, 2017, p. 63).

Toda essa nova realidade que foi chegando ao longo das últimas décadas alterou a forma de pensar a produção das notícias dentro das redações “[...] hoje em dia é bem provável que também estejam trabalhando no desenvolvimento de produtos que se integram com plataformas de terceiros” (Bell & Owen, 2017, p. 63).

O movimento que a internet proporcionou tanto nas empresas jornalísticas, quanto no dia a dia do cidadão faz parte das mudanças atuais. No passado, a função do jornalismo, do jornal, da imprensa escrita, ganhou relevância a partir do momento que a alfabetização começou a ser introduzida na vida das pessoas, e com a evolução da política no cotidiano, “[...] governo desempenha um papel maior na vida das pessoas, o compartilhamento de informações tornou-se uma necessidade” (Dias, 2021, p. 11), agora com as redes sociais, é necessária uma nova forma para se pensar o relacionamento do homem, das empresas por trás das mídias sociais e do jornalismo e quais impactos para o cotidiano do cidadão.

3.2 Empoderamento do cidadão

A chegada da tecnologia móvel, como os smartphones, por exemplo, alterou a dinâmica dos lares, do mercado de trabalho, enfim, das rotinas. E não apenas os aparelhos em si, mas também as redes sociais. O surgimento da internet e os princípios que no início definiram a web aberta tiraram o controle das mãos de poucos e o transferiram para muitos. Era, em sua essência e em sua concepção, uma tecnologia democratizante (Bell & Owen, 2017, p. 52).

[...] têm mudado profundamente a dinâmica das comunicações. Os aspectos principais em que estas mudanças se materializam são a nova concepção do espaço, a velocidade da transmissão da informação e a interatividade por parte dos usuários.”

(Abella, Pedrosa, 2013, p. 83).

A internet passou a ser vista como um ponto de encontro para indivíduos que compartilham ou não o mesmo pensamento sobre os mais diversos assuntos. Para Castells (2013), por exemplo, a internet ocupa uma posição importante na formação de movimentos sociais. “As redes sociais digitais baseadas na internet e nas plataformas sem fio são ferramentas decisivas para mobilizar, organizar, deliberar, coordenar e decidir” (Castells, 2013, n.d.).

E essas ferramentas são importantes para o empoderamento do indivíduo, conforme é completado por Hamburger, McKenna e Tal, “Por outras palavras, o empoderamento liga o indivíduo e o seu bem-estar ao ambiente social e político mais amplo em que ele ou ela funciona (2008, p. 1776, tradução livre)²².

É como se a internet fosse um ambiente perfeito para que ideias possam sobreviver protegidas, conectando cada usuário a outro, na lógica de bolhas, conceito que aprofundaremos mais adiante. As bolhas agrupam as pessoas conforme a semelhança de suas ideias. “Ser membro de um grupo que compartilha interesses e objetivos comuns aumenta a autoestima” (Hamburger, McKenna, Tal, 2008, p. 1783, tradução livre)²³.

Na esteira desse pensamento, Castells (2013) escreve que é preciso diferenciar a individuação e autonomia do usuário. No primeiro, o autor acredita que as vontades do indivíduo agem de maneira a influenciar seus comportamentos.

Individuação não é individualismo, pois o projeto do indivíduo pode ser adaptação à ação coletiva e a ideias comuns, como preservar o meio ambiente [...], enquanto o individualismo faz do bem-estar do indivíduo o principal objetivo de seu projeto particular (Castells, 2013, n.d.).

E define autonomia da seguinte maneira:

Autonomia refere-se à capacidade de um ator social tornar-se sujeito ao definir sua ação em torno de projetos elaborados independentemente das instituições da sociedade, segundo seus próprios valores e interesses. A transição da individuação para a autonomia opera-se por meio da constituição de redes que permitem aos atores individuais construir sua autonomia com pessoas de posição semelhante nas redes de sua escolha. [...] Isso porque a tecnologia da internet incorpora a cultura da liberdade [...] (Castells, 2013, n.d.).

Esse novo estilo da internet como mecanismo de autonomia para o usuário ganhou força neste século XXI, quando ela deixou de ser algo do coletivo, usado em empresas e passou a ser algo da esfera pessoal, tudo isso em decorrência da introdução das redes sociais na vida das pessoas.

²² “In other words, empowerment links the individual and his or her well-being to the wider social and political environment in which he or she functions (Hamburger, McKenna, Tal, 2008, p. 1776).

²³ “Being a member of a group that shares common interests and goals enhances self-esteem” (Hamburger, McKenna, Tal, 2008, p. 1783).

e estes se tornam plataformas para todos os tipos de atividade, não apenas para amizades ou bate-papos pessoais, mas para marketing, e-commerce, educação, criatividade cultural, distribuição de mídia e entretenimento, aplicações de saúde e, sim, ativismo sociopolítico (Castells, 2013, n.d.).

Com a presença da internet e das demais tecnologias adicionadas por meio dela, o empoderamento digital é uma ação instantânea. Mas, antes, vale esclarecer o sentido da palavra empoderamento. Para Fortunati, que vem há alguns anos estudando a área dos processos culturais e Tecnologias de Comunicação e Informação (TIC) - o empoderamento é uma habilidade de autonomia dada ao indivíduo.

O empoderamento é um processo pelo qual os empoderados ganham domínio sobre os seus assuntos pessoais, influência sobre os problemas políticos que os afetam, capacidade de articular as suas próprias histórias, capacidade de auto-acção e transformação da autodefinição, capacidade de acesso a informações e recursos, confiança e autonomia para fazer escolhas significativas e livres e para traduzir as suas escolhas em ações e resultados desejados, capacidade de aumentar a agência para moldar as suas vidas e a comunidade em que vivem (Fortunati, 2014, p. 174, tradução livre)²⁴.

Ainda de acordo com a autora, há pelo menos cinco pontos que diferem e assemelham empoderamento e poder. Em primeiro lugar, uma pessoa empoderada acredita haver hierarquias de poder. Ela cita, como exemplo, a relação de pais e filhos adolescentes. No qual os pais mantêm o poder, e os filhos se acham empoderados para enfrentá-los, em situações de conflitos. Em segundo, a semelhança entre ambos é a ideia que para existirem, alguém precisa não ser empoderado ou não ter poder, para que sua razão de existência sobreviva. O próximo aspecto é a influência das emoções para sustentá-los. A quarta semelhança são os recursos que os mantêm funcionando. Como por exemplo, as ferramentas de controle, tecnologias. Por último, poder e empoderamento podem ser definidos como energia para continuarem funcionando, no entanto, os dois precisam ser motivados ao longo do tempo para permanecerem.

Desta análise conclui-se que o conceito de empoderamento é muito contraditório, uma vez que é oposto, mas também muito semelhante, ao poder. O significado de empoderamento, que é essencialmente dar poder a alguém, é em si um paradoxo, uma vez que o poder é ganho e não dado. O que difere entre empoderamento e poder é o ponto de vista a partir do qual o discurso emerge (Fortunati, 2014, p. 176, tradução

²⁴ O empoderamento é um processo pelo qual os empoderados ganham domínio sobre os seus assuntos pessoais, influência sobre os problemas políticos que os afetam, capacidade de articular as suas próprias histórias, capacidade de auto-acção e transformação da autodefinição, capacidade de acesso a informações e recursos, confiança e autonomia para fazer escolhas significativas e livres e para traduzir as suas escolhas em ações e resultados desejados, capacidade de aumentar a agência para moldar as suas vidas e a comunidade em que vivem (Fortunati, 2014, p. 174).

livre)²⁵.

Silva e Chagas, apoiados em Teixeira (2002), definem o termo como se o indivíduo fosse autônomo. “[...] a noção de empoderamento como capacidade/habilidade dos sujeitos de atingirem um promissor patamar de entendimento da realidade, além de um controle sobre suas forças pessoais, sociais, econômicas e políticas, em condições de agir visando à melhoria da qualidade de vida” (p. 3).

O fato do empoderamento soma-se à questão da facilidade de manuseio e acesso às ferramentas que disponibilizam as mídias, como por exemplo, smartphones, tablets e computadores. Dando a sensação de controle físico e psicológico sobre as situações “As mídias digitais contam com o sofisticado aparato de chaves para o comando, que proporciona ao usuário uma estimulante sensação de controle sobre a máquina e todo o prazer que a acompanha” (Fortunati, 2014, p. 178, tradução livre²⁶). A autora continua criticando que nem sempre os usuários sabem como funcionam e são produzidos as ferramentas e os conteúdos, especificamente, mas o sentimento de controle ameniza a curiosidade para compreender os mecanismos por trás.

É nesse momento que se faz importante e urgente estratégias que movimentam a sociedade a pensar as TIC e a educação social como aliadas.

Isso implica considerar a educação como um espaço de ação, de oportunidade, com papel potencial na promoção da inclusão social não apenas como acesso aos novos meios, mas como uma formação para uso consciente e criativo que favoreça o papel do sujeito, o pleno, o protagonista (Lapa, Pina, Menou, 2019, p. 425).

3.2.1 Educação como empoderamento

É importante destacar o papel do empoderamento como ferramenta de mudança social, mas atribuí ela como uma prática da educação empoderada. “O papel que procuramos para a educação e mídias está especialmente no empoderamento de sujeitos que saibam tirar proveito da conexão com as TIC para a sua emancipação” (Lapa, Pina, Menou, 2019, p. 425).

Para os autores a lógica das redes por parte de seus usuários é tomar como verdade aquilo que é veiculado na internet, na rede, ignorando, muitas das vezes, o conhecimento desenvolvido por especialistas, não importando qual é a resposta certa, mas sim aquela que é disponibilizada digitalmente em seu círculo de amigos.

Se a escola (o sistema educativo) havia perdido a batalha do conhecimento individual para a televisão, as redes digitais a derrotaram na batalha da autoridade que, atualmente, em muitos casos, se transforma em um problema de disciplina e comportamento difícil de solucionar para os professores que não buscam uma

²⁵ From this analysis it follows that the concept of empowerment is very contradictory, since it is opposite to, but also very similar to, power. The meaning of empowerment, which is essentially to give power to somebody, itself is a paradox, since power is gained, not given. What is different between empowerment and power is the standpoint from which the discourse emerges (Fortunati, 2014, p. 176).

²⁶ “The digital media have the sophisticated apparatus of keys for the command, which gives users an exhilarating sense of control over the machine and all the pleasure that comes with it” (Fortunati, 2014, p. 178)

liderança diferente (Lapa, Pina, Menou, 2019, p. 427).

Há um certo empoderamento, no entanto, ele acontece dentro das redes, e não dentro do processo educacional. No passado, os educadores eram os responsáveis em conduzir as aulas, a partir de um livro didático, e dos seus conhecimentos adquiridos para tal função. Com a chegada do século XXI, e das tecnologias de informação, o formato vai se alterando. Hoje, os alunos sentem-se conduzidos a ter a rede como fonte de conhecimento. Diante disso, é importante que sejam orientados a compreender os conteúdos a que possuem acesso.

Da mesma forma que os alunos são alfabetizados para ler as palavras impressas, interpretar problemas matemáticos, ter a autonomia para conhecer os mais variados assuntos, assim que aprendem a ler, é preciso que lhe sejam dados o acesso qualificado às tecnologias, traduzindo assim em conexões mais ajustadas com o seu meio. “Conexões essas que favoreçam a cada cidadão poder efetivamente participar do mundo contemporâneo [...]” (Pretto, Assis, 2008, p. 81).

Citado no capítulo dois deste trabalho, o brasileiro Paulo Freire foi um precursor da necessidade de se pensar a educação como um processo de empoderamento do cidadão, não como indivíduo apenas, mas de toda uma classe social. “[...] ninguém liberta ninguém, ninguém se liberta sozinho: os homens se libertam em comunhão” (Freire, 2011, p. 97). Nessa lógica, é viável pensar que a educação como processo de empoderamento deve ser algo pensado a partir do coletivo, idealizado por meio de políticas públicas, como por exemplo, o ensino dentro das salas de aulas.

3.3 Jornalismo em crise – A luta pela atenção

A crise no campo do jornalismo ocorre de tempos em tempos. Seja com a introdução do rádio, da TV, ou até mesmo do online, afirma-se que ao longo da história da imprensa, houve outros momentos em que a profissão se adaptou ao meio para sobreviver às mudanças. Sobre esse caminho, Leal, Phellipy e Manna (2013, p. 01), escrevem:

Ora é recebida sob olhares positivos, como parte das transformações históricas que envolvem qualquer fenômeno cultural, ora tem como resposta manifestações de apelo à importância de certas características fundamentais do jornalismo.

Há autores e estudiosos do tema que defendem que a crise do jornalismo é anterior às redes sociais, e há outros críticos opostos a esse pensamento. A ideia aqui não é debater quais teorias estão mais certas, mas sim compreender a crise do jornalismo na busca pela atenção dos seus leitores. O geógrafo brasileiro Milton Santos defende a ideia de que o desenvolvimento da técnica e a história andam juntos. “A cada evolução técnica, uma nova etapa histórica se torna possível” (Santos, 2006, p. 24). Partindo dessa afirmação de Santos, é importante traçar ideias que deem conta da realidade de reafirmar a profissão como algo necessário para a democracia, e que ela acompanhe as

mudanças técnicas ao longo da história.

A presença do jornalismo nas redes sociais online data o início dos anos 2000. Contribuindo com o movimento de difusão, circulação da informação de maneira mais fluida.

É ainda durante os anos 2000, que os sites de redes sociais na internet passaram a ser usados nos processos de produção e de circulação de notícias. Ressaltamos, no entanto, que algo semelhante ao ocorrido com as outras mídias se repetem na internet: a notícia precisa se adaptar a esse novo meio (Sousa, 2012, p. 60).

Viver conectado, ter acesso à informação para além do tradicional, conforme imaginado no início deste capítulo, deveria trazer a ideia de mais conteúdos, pluralidade e mais bem informado. “As tecnologias digitais, ao mesmo tempo que facilitaram a produção e captação de notícias [...] acompanhando da necessidade de produzir o mesmo conteúdo para diversos modelos” (Dantas, Pinheiro, Silva, Beltrame, David, 2018, p. 40). No entanto, a realidade tem se mostrado contraditória a essa crença. “Assim, uma riqueza de informação cria uma pobreza de atenção” (Martinuzzo, 2014, p. 20).

Com o crescente aumento das telas no cotidiano das pessoas, a prática do jornalismo, ou seja, de produzir notícias para informar a sociedade dos mais variados assuntos, precisou se adaptar, disputar com outros conteúdos a atenção do usuário e ocupar seu espaço. “Nesse contexto, as formas tradicionais de jornalismo (como o próprio jornal impresso) tiveram que repensar e/ou reorganizar suas práticas, modos de apresentação” (Lopes, 2011, p. 66). Já que agora o que tem sido disputado é se o conteúdo consegue cativar o leitor, mantê-lo de certa forma, preso, com os olhos colados no ecrã. “[...] a atenção é a moeda que constrói o poderoso e lucrativo ciber império das redes sociais digitais, pautado na gratuidade, sob estratégias e táticas insidiosas utilizadas também em outro período histórico” (Martinuzzo, 2023, p. 19).

Seja no Brasil ou em outros países do mundo, o jornalismo tem enfrentado momentos de crises com a crescente chegada das redes sociais. Estima-se que existam mais de seiscentas redes sociais digitais no mundo²⁷; umas encerram suas atividades, enquanto outras surgem ao longo do tempo “[...] em vários lugares do mundo, muitas instabilidades que o jornalismo tem vivenciado contemporaneamente têm sido relacionadas ao desenvolvimento das novas tecnologias de informação e comunicação (NTICs)” (Lopes, 2011, pp. 64-65). Com as rotinas alteradas, com o dia a dia mais corrido, a forma de consumir notícias se alterou para atender a lógica imposta. Martinuzzo (2023) e Lopes (2011), corroboram da mesma opinião quando interpretam essa nova realidade em que captar a atenção tem sido o esforço das tecnologias e é algo que precisa ser encarado pelo jornalismo como primordial.

Assistimos, assim, a um passo decisivo do modo de produção capitalista que, se antes focava na força de trabalho e na constituição de corpos dóceis ajustados às máquinas, hoje investe em aprisionar olhares que, colados às telas, hipnotizam-se nos

²⁷ Teixeira, C. (2021). *Redes sociais ajudam os negócios, mas não é preciso estar em todas elas*. Folha de SP. <https://www1.folha.uol.com.br/mpme/2021/04/redes-sociais-ajudam-os-negocios-mas-nao-e-preciso-estar-em-todas-elas.shtml>. Acesso em 6 de jul. de 2023

alçapões de atenção para nutrir o algorítmico negócio do espírito, do comportamento, da opinião, etc (Martinuzzo, 2023, p. 14).

O que é completado por Lopes, quando ela estabelece que no século XXI não cabe apenas ao jornalismo dar conta, na esfera comunicacional, dos acontecimentos.

Vivemos em uma sociedade multimidiática, com inúmeros canais de comunicação e milhões de fontes disponíveis para informação. Os tradicionais meios de massa, ainda fortes - é preciso admitir - já não respondem, porém, aos anseios de uma geração que nasceu com a internet a pleno vapor (Lopes, 2011, p. 66).

Diante da informatização e da celeridade proporcionada pelas redes sociais, ou seja, os conhecidos “feeds” de atualização constante, que ganharam o nome de “feeds de notícias” são atualizados a todo instante. Assim, o usuário fica na expectativa por novas informações a todo momento. Isso resulta na busca incessante por sempre ter algo novo para informar, mas que nem sempre é bem feito, como no caso, por exemplo, do mercado de notícias inserido nas redes sociais, conforme destacado: “A aceleração da circulação de informação diminuiu o tempo para serem feitas a apuração e a checagem, trazendo empobrecimento e padronização da linguagem, bem como a transformação do conteúdo em simples distração, espetáculo e entretenimento” (Dantas, Pinheiro, Silva, Beltrame, David, 2018, p. 40).

Outro fator que preocupa o ambiente profissional do jornalismo é que agora qualquer pessoa com acesso a um smartphone e internet é capaz de produzir conteúdo. O ato de reportar, que antes era uma tarefa exclusiva do jornalista, agora passa a ser uma ação coletiva. “[...] o público não é mais mero consumidor de informação, mas participa também ativamente na construção e circulação das mensagens e conteúdos informativos” (Dantas et al., 2018, p. 40). Fator que tem ainda a problemática de no Brasil, a profissão não necessitar de um diploma para ser exercida “É preciso ressaltar que, no Brasil, a noção da crise na área foi notadamente aguçada no ano de 2009, a partir da decisão do Supremo Tribunal Federal (STF) em extinguir a exigência do diploma em Jornalismo para execução da prática profissional” (Dantas et al., 2018, p. 42).

De acordo com estudos realizados pela equipe da Kepios²⁸, 4,80 bilhões de pessoas usam as redes sociais no mundo, dados de abril de 2023, o que equivale a 59,9% do total da população global²⁹. Na rede social Twitter, por exemplo, são postados, por dia, 500 milhões de tweets, os pequenos textos³⁰ conhecidos na rede. O Facebook, da empresa Meta, que também é dona do WhatsApp e Instagram, ainda é a rede social com

²⁸ A Kepios é uma empresa de consultoria que permite que organizações de todo o mundo entendam como usar tecnologias digitais para melhorar as táticas para o sucesso. Disponível em <https://kepios.com/about> acesso em 17 de nov. de 2023.

²⁹ *Global Social Media Statistics* (2023). DataReportal. <https://datareportal.com/social-media-users> acesso em 12 de jul. de 2023.

³⁰ Ahlgren, M. (2023). *Mais de 55 estatísticas, fatos e tendências do Twitter para 2023*. Websiterating. <https://www.websiterating.com/pt/research/twitter-statistics/#chapter-1> acesso em 12 de jul. de 2023.

o maior número de usuários, um total de 2.9 milhões no mundo³¹.

Com esse número de usuários, que só crescem ao longo dos anos, é fácil visualizar que a frequência de conteúdos veiculados nessas plataformas são incontáveis. “Ou seja, a informação pode ser compartilhada ou retuitada pelo interagente, ainda que não haja o consumo completo do conteúdo relacionado”, (Zago, Silva, 2014, p. 07), para as autoras, o consumo completo é quando o interessado clicar no link e é levado para a página raiz do assunto. O que nas redes sociais esse caminho nem sempre é finalizado, muitos ficam ali mesmo, “nesses espaços, o consumo pode ficar restrito ao conteúdo resumido apresentado na própria interface de Facebook e Twitter”, (Zago, Silva, 2014, p. 07).

Com a grande quantidade de informação compartilhada nas redes sociais a todo o instante, é preciso buscar ferramentas para captar a atenção do leitor. “A atenção, um conceito culturalmente definido, é algo de grande valor na era da informação” (Zago, Silva, 2014, p. 07). Ou seja, hoje as grandes empresas responsáveis pelas redes sociais, as bigs techs, conseguem administrar melhor e manter o usuário conectado às redes. Nesse aspecto, o jornalismo tem disputado espaço para conseguir ser atrativo para as pessoas.

Uma das estratégias das redes sociais para atrair a atenção dos usuários é apelar para as emoções, utilizando uma economia de atenção centrada nos aspectos emocionais. As pessoas permanecem nessas plataformas porque o conteúdo veiculado é atrativo. “Já não é a troca que faz sentido, mas, sobretudo, o que essas informações significam para quem compartilha e para quem recebe o conteúdo” (Costa, Carvalho, 2021, p. 03).

E para organizá-los de acordo com seus interesses, é usada a tecnologia dos algoritmos. “Nesse sentido, conteúdos que apelam para emoção, que se relacionam a experiências e ao contexto do interage, tendem a se destacar em meio ao emaranhado de informações a que ele está exposto” (Zago, Silva, 2014, p. 08). Devido ao alto número de informação, foi necessária uma tecnologia, inteligência de dados, para setorizar e separar aquilo que mais pode interessar, gerar cliques e manter o usuário conectado – os algoritmos.

São mecanismos e algoritmos que reconhecem a navegação e os conteúdos mais acessados pelos interagentes e, a partir dos hábitos e gostos identificados, oferecem páginas e conteúdos de interesse. Assim, há uma filtragem do grande volume de conteúdos que circulam na Internet, aumentando a visibilidade e potencializando o consumo de determinadas informações. Ao mesmo tempo, criam-se bolhas informacionais, que podem trazer consequências culturais e políticas importantes para a sociedade contemporânea (Zago, Silva, 2014, p.09).

E como as redes sociais são mais do que apenas conectar amigos, familiares e seguir celebridades, circulam nelas também conteúdos informativos, notícias, utilidade pública (Zago, Silva, 2014). “Além de mensagens pessoais e de interesse geral, notícias

³¹Wong, B. (2023). *Top Social Media Statistics And Trends of 2023*. Forbes. <https://www.forbes.com/advisor/business/social-media-statistics/> acesso em 12 de jul. de 2023.

e informações de utilidade pública também circulam por sites de rede social” (Zago, Silva, 2014, p. 10). Com isso, elas passam a ser um espaço que contribuem para a crise do jornalismo, no qual o profissional precisa produzir conteúdo atrativos, entender a lógica do funcionamento dos algoritmos para se fazer presente, ser multimídia e, lidar com os efeitos das fake news, por exemplo, que entram nesse cenário usando as emoções como chave para atrair e conquistar.

As ideias de crise e precarização são reforçadas pelo fato de que se exige cada vez mais do jornalista o desenvolvimento de novas competências, dentro de tempos cada vez mais escassos de produção e acúmulo de trabalho, de maneira a transformar o profissional em pessoa multitarefa, sem necessariamente ele ser mais bem remunerado por suas novas atribuições, dentro do cenário de convergências da produção noticiosa (Dantas, et al., 2018, p. 46).

Enxergados no passado, nem tão distante, como “guardiões da informação”, responsáveis em selecionar, apurar, redigir e reportar (compartilhar), por meio do impresso, rádio, TV, ou até mesmo do online, os fatos diários que mereciam virar notícias, os jornalistas enfrentam agora os “guardiões das redes sociais”, no caso, as empresas que analisam e configuram os algoritmos, e os usuários, que também são participantes dos ativos. “Conteúdo jornalístico também circula nas redes a partir das apropriações dos interagentes, que reproduzem, postam links ou tecem comentários sobre as notícias que vêm circular em outros espaços” (Zago, Silva, 2014, p. 10).

Ao longo da história, conforme já dito, o jornalismo precisou se adaptar e reinventar para se recolocar na sociedade em constante mudança. Agora, ele precisa fazer o mesmo.

4. Notícias na Palma da Mão

A transição para o mundo conectado demandou adaptações no campo do jornalismo, como ressalta Gonçalves (2020). Ele destaca que todas as áreas do jornalismo tiveram que se ajustar às transformações proporcionadas pelas Tecnologias da Informação (TIC). “A partir do momento em que o papel deixou de ser o único suporte para difusão de notícias, a imprensa teve de criar estratégias para transpor os conteúdos para os meios móveis (p. 90), é dentro deste contexto que o quarto capítulo busca, no primeiro momento, trazer um panorama a respeito da facilidade em ter acesso aos conteúdos informativos.

Nos demais tópicos, é apresentada a ideia de como as TICs trouxeram uma noção de liberdade para os usuários. Eles deixam de ser consumidores passivos, dependentes apenas da imprensa para se manterem informados, e passam a ser agentes na produção e compartilhamento de conteúdos. Em uma sociedade conectada às redes sociais, o jornalismo fez mudanças em sua comunicação online, disponibilizou aplicativos para os celulares como forma de atrair a atenção, está presente nas redes e aposta em produções multimídia para criar uma narrativa que sobreviva ao excesso de informações disponibilizadas nos ecrãs.

4.1 Facilidade no acesso não significa qualidade no conteúdo

“Nunca houve antes essa possibilidade oferecida pela técnica à nossa geração de ter em mãos o conhecimento instantâneo do acontecer do outro”, discorre o professor universitário brasileiro, Milton Santos ao estabelecer que a contemporaneidade é firmada na ideia de que há uma “unicidade do tempo”. Em outras palavras, hoje com a presença dos smartphones, em sua grande maioria, com seus ecrãs convidativos, o conhecer do mundo tem sido mais fácil.

O jornalismo é visto nas escolas formadoras da profissão e até mesmo por especialistas da área como a instituição do “quarto poder”. Uma peça fundamental para o fortalecimento democrático, já que é responsável em fiscalizar as instituições, principalmente as públicas, e dar voz às pautas do debate público. “Nessa simbiose entre a prática jornalística e a democracia, o jornalismo se profissionaliza, estabelece um pacto de credibilidade com a sociedade e passa a ser visto como um sistema perito” (Roxo, 2022, p. 37). Ainda de acordo com Roxo, é no século XIX, que o jornalismo ganha um ar de profissão que é centrada na busca constante pela verdade.

No entanto, com a chegada das Tecnologias de Informação (TIC), atrelada a mobilidade que elas proporcionam e a conexão à internet, o jornalismo sofreu mutações. “As novas mídias [...] promoveram grandes transformações na produção e propagação das informações na sociedade do século XXI” (Roxo, 2022, p. 33), com isso, as empresas de jornalismo, como foi falado no capítulo anterior, perderam o poder que tinham, de serem as únicas responsáveis em produzir e compartilhar notícias.

Com a evolução da internet e das tecnologias digitais, na virada do século XX para o XXI [...] o lugar do jornalismo profissional e da mídia industrial como protagonistas da

produção e da distribuição das notícias nas sociedades democráticas passa a ser compartilhado com outros players e com as narrativas paralelas (comunicação descentralizada e horizontalizada) (Roxo, 2022, p. 39).

As narrativas paralelas, conforme denominada por Roxo, é um atributo concedido pelas mídias sociais. Elas proporcionam a possibilidade de promover novos assuntos, pautar temas de discussões e a interação de usuários conectados, como bem explica também Recuero: “[...] uma hashtag no Twitter: como dá uma dimensão contextual, amarra também uma determinada conversação, que pode ser seguida por outros atores que, a qualquer momento, podem tomar um turno e adicionar participação” (2016, n.p).

Essa mudança é permitida pela abrangência de conteúdos disponíveis na internet. Os motores de pesquisas, como o Google, possuem respostas para as mais diferentes indagações. Resultado também dos esforços realizados para que a conexão dos aparelhos com a internet seja cada vez mais ágil. Para Belo, “importa não esquecer a inovação tecnológica dos últimos anos, que tem aumentado a capacidade de processamento de dados, não só dos computadores pessoais, como dos telemóveis e dos tablets” (2015, p. 11).

São elas, as redes sociais, responsáveis em proporcionar uma agilidade na veiculação de conteúdos dos mais diversos, destacado aqui o noticioso “[...] ambientes para veiculação e propagação de informações associadas às características das interações sociais: confiança, intimidade, proximidade, etc” (Roxo, 2022, p. 40). Elas também revolucionaram a comunicação quando não apenas os jornalistas são responsáveis em determinar o que é e o que não é notícia. Na prática da profissão, essa característica foi denominada como “gatekeeping”, ou “portões” por Kurt Lewin, em 1940, uma forma metodológica de entender a produção noticiosa. “[...] explicar como a informação entra e flui por um canal de comunicação”³² (Potnis, Tahamtan, 2021, p. 1.234, tradução livre).

Com a agilidade permitida em grande parte pelas TICs, o meio do jornalismo precisou se adaptar para produzir conteúdos nas mais variadas formas e capturar a atenção do usuário. E no meio disso, existe a dificuldade em distinguir o que é importante do que não é “[...] tornando desafiador para os usuários se beneficiarem de informações relevantes”³³. (Potnis, Tahamtan, 2021, p. 1.234, tradução livre). Os autores ainda destacam que o gatekeeping é importante pois ajuda filtrar as informações e assim, a audiência não fica sobrecarregada de conteúdos. Entretanto, com as redes sociais, como a relevância do conteúdo é selecionada? Quem são os responsáveis em conceder um valor a um fato ao ponto de virar notícia?

³² “[...] explain how information enters and flows through a communication channel” (Potnis, Tahamtan, 2021, p. 1234)

³³ “[...] making it challenging for users to benefit from relevant information” (Potnis, Tahamtan, 2021, p. 1234)

Responder a essas questões torna-se cada vez mais urgente, especialmente porque a sociedade atual enfrenta um excesso de informações. Esse excesso ganhou uma atenção na pandemia de Covid-19, quando uma variedade de conteúdos, verdadeiros e falsos, sobre tratamentos, origem, efeitos, etc., encontrou na internet um terreno fértil para prosperar. Isso levou a Organização Mundial de Saúde (OMS) a criar um ambiente para desmistificar mentiras e teorias conspiratórias sobre a doença. A OMS, em parceria com a Organização Pan-americana de Saúde (OPAS), denomina esse fenômeno como "infodemia".

A palavra infodemia se refere a um grande aumento no volume de informações associadas a um assunto específico, que podem se multiplicar exponencialmente em pouco tempo devido a um evento específico, como a pandemia atual. Nessa situação, surgem rumores e desinformação, além da manipulação de informações com intenção duvidosa. Na era da informação, esse fenômeno é amplificado pelas redes sociais e se alastra mais rapidamente, como um vírus (Zarocostas, 2020, p. 676).

No regime de informação, as pessoas não são mais telespectadoras passivas, que se rendem ao entretenimento. São emissores ativos. Produzem e consomem, de modo permanente, informações. A embriaguez de comunicação que assume, pois, formas viciadas, compulsivas, retém as pessoas em uma nova minoridade. A fórmula da submissão do regime da informação é a seguinte: comunicamo-nos até morrer (Han, 2022, p. 23).

Nessa ânsia para se informar, mesmo que superficialmente, no qual, leem apenas os títulos dos conteúdos, prática essa atribuída por Hissa e Araújo (2021) como característica de um comportamento behaviorista - os usuários são estimulados, mas nem sempre buscam as respostas "[...] o estímulo seria a informação e a resposta seria uma espécie de saciamento cognitivo, em que o consumidor assume uma posição de suposto-saber sobre questões locais e globais" (2021, p.1012). Após contato com o conteúdo, o usuário estabelece uma relação de proximidade, no qual ele pode comentar, curtir, compartilhar em sua rede, ou até mesmo enviar o link da postagem para familiares e amigos. Toda essa ação cria uma sensação de liberdade, e onde o uso de jornalistas, como gatekeeping, torna-se desnecessária.

Mídias como blogs, Twitter ou Facebook desmediatizam a comunicação. A sociedade de opinião e de informação de hoje se apoia nessa comunicação desmediatizada. Todos produzem e enviam informação. A desmeditização da comunicação faz com que jornalistas, estes antigos representantes elitistas, esses fazedores de opinião e mesmo sacerdotes da opinião, pareçam completamente superficiais e anacrônicos (Han, 2018, p. 37).

Em 2022, na obra "Infocracia", Han permanece nas críticas ao excesso de informações e acrescenta que a racionalidade do discurso segue sendo ameaçada pelas informações das redes sociais, que são veiculadas nas pressas e encontram nos sentimentos, nos afetos das pessoas, a fragilidade e espaço para a criação e divulgação das fake news. "Em uma comunicação afetiva, não prevalecem os melhores argumentos, mas as informações com maior potencial de estimular. Desse modo, fake news, notícias falsas, geram mais atenção do que fatos" (Han, 2022, p. 25). Essa situação

coloca em questionamento se a facilidade e o volume de conteúdos veiculados na internet e principalmente nas redes sociais são de qualidade e veracidade.

4.2 Algoritmos como os novos gatekeeping do século XXI

Como explicado no tópico anterior, o gatekeeping era o nome dado aos profissionais da comunicação responsáveis por selecionar, isso no século XX, dentro dos mais vastos assuntos e acontecimentos diários, o que chegaria ao conhecimento da sociedade. Com a internet, essa ação precisou ser repaginada, reconfigurada para se adaptar à nova realidade. E hoje, o que gerencia o que os usuários conectados terão acesso nas redes sociais são chamados de algoritmos. No entanto, para o bom funcionamento deles, é preciso que haja um depósito de informações cedidas a cada indivíduo na criação do perfil nas redes.

Valentini (2017) explica como funciona o trabalho do algoritmo na computação. De acordo com ele, o algoritmo precisa de ter um ou mais canais para receber os dados, chamados de input, esses que serão analisados e depois liberados, pelo output. “Por exemplo, um algoritmo de uma calculadora que receba as informações para somar 2+2 (input) irá retornar como resultado o número 4 (output)” (2017, p. 42).

Na prática, as redes sociais, como Facebook, Instagram e X³⁴ (antigo Twitter), recolhem informações dos usuários quando esses responderem perguntas sobre questões pessoais (Winques, 2022), assuntos que mais interessam são estudados através das curtidas, comentários e compartilhamentos. “Sendo assim, cada pesquisa que realizamos no Google, foto que postamos em nossas redes sociais e locais que compartilhamos com nossos amigos em nossos perfis pessoais deixam rastros que são coletados por grandes empresas de dados” (Vera, Amaral, 2017, p. 07).

Valentini continua enaltecendo que os algoritmos fazem o trabalho completo, quando programados para tais ações. “[...] algoritmo é um plano de ação pré-definido a ser seguido pelo computador, de maneira que a realização contínua de pequenas tarefas simples possibilitará a realização da tarefa solicitada sem novo dispêndio de trabalho humano” (2017, p. 43).

Winques, citando Bucher (2012), explica que se aproxima do ideal das redes é que os algoritmos buscam ter controle das ações. “Com base em cálculos específicos, os algoritmos são procedimentos codificados para transformar dados de entrada em uma saída desejada e são implementados para controlar o fluxo de ações (2022, p. 129). Eles se adaptam e mudam, caso alguma ação do usuário aponte para outra direção.

A matemática entra em ação quando analisa os dados estatísticos dos interesses de cada um, “[...] mecanismo automatizado de processamento de grandes volumes de

³⁴ Gercina, C. (2023). *Elon Musk anuncia mudança no logotipo do Twitter*. Folha de São Paulo.

<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2023/07/elon-musk-anuncia-mudanca-no-logotipo-do-twitter.shtml>

dados cuja função é a extração de padrões que geram conhecimentos” (Bruno, 2013, p. 158). A inteligência dessa ferramenta faz com que a pessoa por trás do perfil na rede social tenha o sentimento que ela lê, assiste e ouve tudo que lhe interessa, o que faz ela querer ficar mais tempo conectada no feed da rede. Uma lógica que remota a ideia proposta por Foucault, em sua obra célebre “Vigiar e Punir: Histórias das Violências nas Prisões”, publicada a primeira vez em 1975. Foucault estabelece o Panóptico, estrutura feita para observar as celas das cadeias, apresentando a ideia da vigilância para o conhecimento. Hoje, essa vigilância é feita pelas redes sociais, na coleta de informações e produção de conteúdo personalizado para cada um.

Após filtrar e armazenar os dados, o algoritmo inicia o processo de criação de profiling, que consiste em reunir os resultados das análises de comportamento e das características de um indivíduo durante sua navegação na web 3.0 para criar um perfil desse indivíduo (Vera, Amaral, 2017, p. 08).

Ainda de acordo com as autoras Vera e Amaral, os algoritmos atuam como os novos gatekeeper da contemporaneidade. “Após realizar uma vigilância, minerar dados e criar perfis para os usuários do ciberespaço, o algoritmo realiza uma seleção de conteúdos específica para cada indivíduo” (2017, p. 09).

[...] a seleção acontece automaticamente por intermédio de softwares personalizados, fundamentalmente, desenvolvidos por conglomerados tecnológicos do Vale do Silício. Assim, a inclusão ou exclusão de mensagens por meio do uso de algoritmos pode beneficiar ou não determinados debates [...] (Winques, 2022, p. 128).

Pedrosa, Junior e Oliveira (2021) relembram o caso do buscador Google, que a partir de 2009, passa a apresentar resultados diferentes para cada pessoa. “A partir daquela data, os resultados das pesquisas são direcionados para cada usuário específico, sendo diferente para os outros usuários” (p. 152). É nesse sentido que os autores tecem críticas à lógica que os algoritmos funcionam. Para eles, essa escolha pode ser positiva em sites de entretenimento, como os streamings, no qual o algoritmo seleciona, com base nas preferências de cada indivíduo, quais produções, como filmes, séries, música e documentários, serão atrativas para ele. Agora, no quesito informar, essa personalização pode ser ruim, principalmente para o sistema político democrático (Pedrosa, Junior, Oliveira, 2021).

4.2.1 A caixa preta dos algoritmos

Críticas vêm sendo feitas sobre a falta de transparência para entender o funcionamento dos algoritmos dentro das redes sociais “[...] estas plataformas são, geralmente, privadas e organizadas através de regras e algoritmos que não são de conhecimento público e que atendem interesses exclusivamente mercadológicos” (Silva, Bragatoo, Sampaio, 2016, p. 29). O autor americano Frank Pasquale (2015), argumenta que saber as preferências, conhecer o que cada usuário deseja, antes mesmo dele pensar em fazer a busca é uma forma de poder. “Examinar os outros enquanto evita o escrutínio de si mesmo é uma das formas mais importantes de

poder”³⁵ (p. 03, tradução livre).

Autores como Pasquale, defendem que as empresas de tecnologias sejam reguladas, e que disponibilizem as receitas do modo de fazer dos algoritmos, como eles funcionam. “As empresas de Internet coletam cada vez mais dados sobre seus usuários, mas lutam contra as regulamentações que permitiriam que esses mesmos usuários exercessem algum controle sobre os dossiês digitais resultantes”³⁶ (Pasquale, 2015, p. 04, tradução livre). No entanto, a falta de transparência é proposital e faz parte da estratégia mercadológica das redes sociais. Quanto mais ela conhece o seu usuário, mais convencional ela será.

Muito se critica, por exemplo, como estas plataformas de redes sociais tendem, na verdade, a incentivar as bolhas ideológicas, nas quais o próprio sistema tende a mostrar apenas o conteúdo mais de acordo com os interesses e pensamentos do usuário, que tem seus dados pessoais utilizados como mercadoria (Silva, Bragatoo, Sampaio, 2016, p. 29).

Em contrapartida, sabe-se pouco delas:

[...] empresas financeiras e de Internet que acumulam grandes quantidades de dados digitais e, com eles, detalhes íntimos das vidas de seus clientes — nossas —. Eles o usam para tomar decisões importantes sobre nós e para influenciar as decisões que tomamos por nós mesmos³⁷ (Pasquale, 2015, p. 04, tradução livre).

Pasquale questiona o que pode ser feito para uma regulamentação das redes sociais, na qual a “caixa preta” dos algoritmos possa ser aberta, revelando assim como é o funcionamento e a distribuição dos conteúdos personalizados para cada usuário que nas plataformas. No entanto, como já alertado pelo autor, a tarefa não será fácil. “Desconstruir as caixas pretas do Big Data não é fácil. Mesmo que estivessem dispostos a expor seus métodos ao público, a Internet moderna e os setores bancários representam grandes desafios para nossa compreensão desses métodos”³⁸ (2015, p. 06, tradução livre).

Frazão ainda complementa explicando como as estratégias para manter a lógica do funcionamento dos algoritmos fazem parte do negócio das grandes empresas de

³⁵ “To scrutinize others while avoiding scrutiny oneself is one of the most important forms of power” (Frank Pasquale, 2015, p. 03).

³⁶ “Internet companies collect more and more data on their users but fight regulations that would let those same users exercise some control over the resulting digital dossiers” (Pasquale, 2015, p. 04).

³⁷ “At the core of the information economy are Internet and finance companies that accumulate vast amounts of digital data, and with it intimate details of their customers’—our—lives. They use it to make important decisions about us and to influence the decisions we make for ourselves” (Pasquale, 2015, p. 04).

³⁸ Deconstructing the black boxes of Big Data isn’t easy. Even if they were willing to expose their methods to the public, the modern Internet and banking sectors pose tough challenges to our understanding of those methods” (Pasquale, 2015, p. 06).

tecnologias.

Por meio de uma série de estratégias jurídicas (como a proteção de negócios) e não jurídicas, importantes agentes econômicos e governamentais criam um ambiente de ofuscação que lhe permite ordenar, ranquear, avaliar e decidir sobre a vida das pessoas, mantendo suas técnicas em segredo (Frazão, 2019, p. 03).

4.3 O que tem sido feito para o jornalismo se adaptar?

Como já mencionado nos capítulos e tópicos anteriores, a maneira como obtemos informações foi alterada. Os smartphones fazem parte do nosso cotidiano, e a leitura de notícias em redes sociais tornou-se uma prática comum. Dessa forma, o jornalismo precisou e continua se adaptando para acompanhar o universo das tecnologias de informação (TIC). “A tecnologia e o mercado dos smartphones vieram revolucionar o modo como nos relacionamos, como trabalhamos e como nos informamos” (Gonçalves, p. 85).

Com isso, o jornalismo voltado para os antigos meios, os chamados tradicionais, como o papel, TV e rádio, coexiste com o novo jornalismo, o digital. As matérias jornalísticas, que já lidavam com o imediatismo, agora precisam ser ainda mais ágeis. “A desintegração do modelo de negócios do jornalismo no Brasil [...] começou lentamente já na década de 1990, com a disseminação da internet” (Maurício, 2017, 62).

Junto com essa disseminação da internet, adiciona-se a evolução dos aparelhos celulares. Antes, eram usados apenas para ligações e envio de mensagens de texto (SMS e MMS), além de alguns terem câmera e outras funcionalidades como agendas ou despertadores. Agora, esses dispositivos incorporam diversas outras ferramentas. “Os dispositivos móveis têm modificado a fisionomia, as funcionalidades e as formas como os usuários se relacionam com a internet e a web” (Sousa, 2015, p. 46).

Porventura o aspecto mais relevante para as ciências da comunicação é o casamento do celular com a Internet. Seja por GPRS, 3G ou WI-FI, os telefones mais recentes facultam o acesso à Internet, de modo a consultar e-mails, navegar pela web ou fazer chat em um Messenger. Nesse ponto, o celular, primordialmente um dispositivo de comunicação individual, passa também a ser um meio de comunicação de massas, na medida em que com ele passamos a ter acesso à imprensa, ao rádio e à televisão (Fidalgo, Canavilhas, 2009, p. 103).

Diante dessas transformações, além do profissional multimídia, ou seja, um jornalista que produz conteúdos para mais de uma plataforma, é necessário pensar em como a matéria será veiculada no impresso, no online, na TV, na rádio ou em streamings. Esse pensamento não deve se limitar apenas à produção, mas também considerar como o consumidor receberá o conteúdo (Jenkis, 2009, p.44) “Em março de 2014 o jornal americano The New York Times divulgou internamente um relatório de inovação resultado de seis meses de pesquisa sobre a estrutura e processos do jornal em papel e na área digital, e também sobre a concorrência”, (Maurício, 2017, p. 64). No

Brasil as mudanças foram sentidas nas redações jornalísticas, em que os profissionais eram direcionados a pensar sempre no digital (Maurício, 2017).

O Globo fez uma mudança radical e literal. Mudou a redação do prédio para onde anos antes ficavam as rotativas, e uniu as redações dos três jornais da empresa controladora Infoglobo: além do Globo, o Extra e o Expresso. Os três jornais continuam sendo impressos, e os sites do Globo e do Extra (o Expresso não tem site) continuam separados, mas a redação foi unificada (após uma nova leva de demissões), produzindo conteúdo para os três veículos e para os produtos digitais. A redação passou a funcionar em dois andares, sendo que num deles ainda há aquários, sendo um para o diretor do Globo e outro para o diretor do Extra/Expresso. O andar é em formato de L, e no meio fica a nova Mesa Central de Produção de Conteúdos, chefiada pelo editor-executivo de Integração. A redação também tem um estúdio para gravações de vídeo e transmissões ao vivo (Maurício, 2017, p. 68).

O principal passo dado pelas empresas foi a disponibilização de aplicativo para os celulares, disponíveis nas lojas aplicativo de cada smartphone, em busca de transformar a linguagem e converter a audiência de notícias para esse ambiente e alcançar outra parcela da população que até então não se importava com as informações cotidianas. “Mais do que os browsers – que mais não são do que o transporte de um recurso que estava disponível nos computadores -, as apps permitem um acesso inovador informativo e personalizado” (Neto, 2017, p. 206).

Os apps (diminutivo para aplicações) são a manifestação direta de conteúdos e serviços, tendo como foco ações simples, com interfaces direcionadas para o uso específico. As notícias viraram software neste cenário e competem, em hierarquia, com diversos serviços, de bancos a aplicativos de transporte, passando por redes sociais ou qualquer outro aplicativo (Pase, Pellanda, Cunha, 2019, p. 19).

Dentro desse dispositivo móvel, os conteúdos jornalísticos são publicados nos mais diferentes formatos. O usuário pode acessá-lo por meio do aplicativo de um jornal específico, procurando pelo assunto em motores de busca online ou até mesmo no feed de notícias de redes sociais. Toda essa mudança levou as empresas de comunicação a revisarem seu modo de produzir informação.

Os consumos modificam-se, uma vez que os públicos, essencialmente os mais novos, estão constantemente ligados à rede através de diversas telas. À medida que os smartphones evoluem e adquirem sensores e assistentes com inteligência artificial, os formatos do jornalismo online têm obrigatoriamente de acompanhar essas mudanças (Gonçalves, 2020 p. 87).

Agora os textos nas telas possuem interatividade como: o leitor pode opinar sobre a matéria, compartilhar com outras pessoas, expor seus sentimentos sobre o assunto por meio de expressões como a de “curtir”. A partir daquele texto ele interage com outros textos, vídeos, áudios, por meio dos hiperlinks, por exemplo (Gonçalves, 2020).

Todos os conteúdos disponibilizados nesses ecrãs precisam ser cuidadosamente

planejados. O formato da letra, o tamanho do texto, imagens, vídeos, áudios, precisam ser adaptados para atrair a atenção e para se ajustarem aos diferentes aparelhos. Quando se trata de smartphones, é crucial considerar que a leitura nesses equipamentos geralmente ocorre durante atividades diárias (Gonçalves, 2020). São essas demandas que os aplicativos buscam responder e atender.

4.4 Redes sociais: a nova banca de jornal

Segundo Bardoel e Deuze (2001) o jornalismo é dividido em quatro tipos, são eles: o de TV, do rádio, do impresso e sendo o online, o quarto. As tradicionais bancas, conhecidas como jornais, responsáveis em vender, diariamente, as edições do noticiário do dia, e outras publicações como revistas, ganharam um novo concorrente: as redes sociais. Neste ponto, retomamos o autor Castells, que defende a ideia de que a formação social é algo buscado constantemente pela humanidade.

Formação de redes é uma prática humana muito antiga, mas as redes ganharam vida nova em nosso tempo, transformando-se em redes de informação energizadas pela Internet. As redes têm vantagens extraordinárias como ferramentas de organização em virtude de sua flexibilidade e adaptabilidade inerentes, características essenciais para se sobreviver e prosperar em um ambiente em rápida mutação. (Castells, 2003, p. 7).

A prática de formar comunidades ao longo da história recebeu uma atualização com a introdução da internet e de softwares para conectar pessoas. Surgiram assim as redes sociais, como Facebook, Instagram e X (antigo Twitter), complementando as atuais e lembrando redes passadas como Orkut, MSN e MySpace.. “É, no início do séc. XX, que surge a ideia de rede social, a ideia de que as relações sociais compõem um tecido que condiciona a ação dos indivíduos nele inseridos” (Ferreira, 2011, p. 2010).

Dentre as diversas características que autores, como o francês Pierre Lévy (1993, 1999), ou o espanhol Manuel Castells (1999; 2003 e 2010) atribuem às redes sociais, destaca-se a concedida por Tomaél e Marteleto (2006), que mais se aproxima dessa sociedade da informação, “conectadas por relacionamentos sociais, motivados pela amizade e por relações de trabalho ou compartilhamento de informações e, por meio dessas ligações, vão constituindo e reconstruindo a estrutura social” (p.75).

As informações compartilhadas nas redes sociais permitem o surgimento de uma nova forma de como o conteúdo circula entre os interessados. “[...] num ambiente que é fortemente marcado pela existência em simultâneo de múltiplas plataformas de acesso e de distribuição de conteúdos informativos (Neto, 2017, p. 201). O autor ainda destaca que essas novas tecnologias que ajudam na distribuição das notícias são formadas por: “instantaneidade, ubiquidade, fragmentação, personalização, partilha e autonomia” (p. 206), que dão uma potência para a disseminação do conteúdo.

Na instantaneidade e ubiquidade, Neto explica que o fato do aparelho celular estar sempre com o usuário, faz dele um equipamento útil na hora de procurar informações. “[...] não podemos descurar o contributo que a evolução da internet móvel tem para o consumo de informação de um modo rápido e instantâneo” (2017, p. 208). Agora, na palma das mãos, sem necessidade de receber diariamente um jornal impresso, ou ir até

uma banca de revista adquirir um, faz com que a notícia esteja a um clique na tela.

Em um vasto universo online composto por milhares de usuários ativos de diversas redes sociais, o conhecimento, controle e mensuração do volume de informações, jornalísticas ou não, tornou-se uma tarefa desafiadora para governos e empresas. Além dos profissionais que exercem a seleção de conteúdo, seguindo a ideia de gatekeeping, há também usuários dentro das redes sociais que determinam o que é interessante, o que não é, o que é falso e o que é verdadeiro.

Novos desenvolvimentos tecnológicos criaram oportunidades para o envolvimento do público no processo de gatekeeping por meio do fluxo multidirecional de informações, onde qualquer indivíduo que atue como hub nas redes sociais pode regular o fluxo de informações por uma infinidade de caminhos³⁹ (Bastos, Raimundo e Travitzki, 2013, tradução livre).

As empresas do setor da imprensa e os jornalistas precisaram reformular a abordagem do jornalismo para sobreviver à nova realidade do jornalismo digital e às redes sociais. Atualmente, as perguntas predominantes são: como essas plataformas operam? E qual é a dinâmica da relação da sociedade com essa tecnologia de informação?

³⁹ New technological developments created new opportunities for the involvement of the public in the gatekeeping process through multidirectional information flow, where any individual who acts as the hub in social networks can regulate information flow over myriad paths (Bastos et al., 2013).

5. Redes Sociais e Algoritmos:

5.1 Redes Sociais e algoritmos: navegando pelas bolhas afetivas

No quinto capítulo, será abordado o uso de algoritmos, cálculos matemáticos, para personalizar conteúdos de acordo com o gosto individual de cada usuário dentro das redes sociais. Dentro deste contexto, será explorada a problemática do sigilo operacional dos algoritmos pelas empresas de tecnologias, prejudicando a compreensão e a formulação de políticas públicas para lidar com os desafios que surgem.

Outra consequência no dia a dia dos usuários das redes é a influência dos cálculos matemáticos para a criação das bolhas temáticas, fomentando o surgimento de teorias conspiratórias e notícias falsas (fake news). Após a compreensão de como os algoritmos podem determinar os temas relevantes e contribuir para a formação de grupos de opiniões, busca-se destacar como a sua existência está relacionada à política. Em particular, explora-se como governos democráticos, nos quais candidatos populistas tendem a obter mais sucesso, conseguem dialogar de maneira mais eficaz com a sociedade inserida nas redes sociais (Cas Mudde e Kaltwasser, 2017).

5.2 Algoritmos: o ingrediente secreto do sucesso?

Sumpter explica que os algoritmos, dentro das redes, são estruturados em cima das preferências dos usuários. Como se ele mapeasse todas as ações realizadas. “[...] baseados em nossas curtidas, buscas e histórico de navegação não envolvem uma escolha ativa de nossa parte. [...] Cada ação que você faz no seu navegador é usada para decidir o que lhe será mostrado depois.” (Sumpter, 2019, n.d.).

No entanto, a operação dos algoritmos nas redes sociais não é transparente. Um dos principais desafios dos governos democráticos, como no Brasil, é a falta de divulgação por parte das big techs sobre o funcionamento detalhado dos algoritmos. Já em 2016, nos Estados Unidos da América (EUA) e em países europeus, foi evidente o crescente interesse em compreender o funcionamento desses sistemas matemáticos. “A ferramenta de busca do Google estava gerando sugestões automáticas racistas; twitterbots estavam espalhando notícias falsas; [...] grupos de extrema-direita estavam vivendo em bolhas-filtros criadas algoritmicamente” (Sumpter, 2019, n.d), em alusão ao Brexit, que foi o processo de retirada do Reino Unido da União Europeia e a eleição do republicano, Donald Trump nos EUA.

A ideia defendida por O’Neil, por exemplo, é que as vidas dos usuários dessas redes são monitoradas em todo momento pelas empresas de tecnologias, como a Google, Meta (dona do Facebook, Instagram e WhatsApp). “Os algoritmos são escondidos de nós, e vemos apenas os resultados dos experimentos que os pesquisadores decidem publicar” (O’Neil, 2020, n.d.), no entanto, essas empresas não revelam a fórmula, as ferramentas utilizadas para conhecer seus usuários, concorda Sumpter (2019).

Enquanto você está on-line, o Google coleta informações dos sites que você visita e usa esses dados para decidir que anúncios lhe mostrar. Faça uma pesquisa sobre a Espanha e nos próximos dias você verá opções de viagens para lá. Procure por futebol e mais sites de apostas aparecerão na sua tela. Procure por links sobre os perigos da caixa-preta dos algoritmos e lhe oferecerão uma assinatura do New York Times (Sumpter, 2019, n.d.).

O autor também menciona que buscadores como o Google, o Yahoo, e as empresas proprietárias das redes sociais como a Meta, e X (antigo Twitter), analisam os interesses de cada usuário em busca de apresentar anúncios personalizados. “Esses serviços são transparentes até certo nível, permitindo aos usuários fazer uma avaliação de suas configurações. É do interesse dessas empresas nos perguntar se elas entenderam corretamente nossas preferências” (Sumpter, 2019, n.d.).

Ou seja, quanto mais elas conhecem seu público, melhores conteúdos serão pensados. Como completa Zuboff, “Todos esses dispêndios de talento e dinheiro são dedicados à única meta de manter usuários, em especial os jovens, grudados no espelho social como insetos num pára-brisa” (2021, n.d.).

O buscador Google, por exemplo, tem uma seção chamada de “Google Notícias”, e em 2010, o serviço ficou personalizado.

[...] o Google deu destaque às notícias principais de interesse amplo e geral. Porém, abaixo dessas manchetes principais, só vemos histórias individualmente relevantes em nível local e pessoal, baseadas nos interesses que demonstramos ao usar o Google e nos artigos nos quais clicamos no passado (Pariser, 2012, n.d.)

É nesse momento que os algoritmos passam a ser utilizados para entender o comportamento das pessoas. “Os resultados de associação entre técnica computacional e política dependem de uma base de dados que forneça o histórico do comportamento de eleitores em vários âmbitos, ou seja, depende da obtenção de dados pessoais” (Veiga, 2020, p. 77).

5.3 Algoritmos e Política: O encontro da tecnologia com a esfera política

Zuboff, em seu livro “A Era do Capitalismo de Vigilância”, comenta sobre a presença da ciência dos algoritmos no cotidiano das pessoas e seu uso em diferentes partes do mundo. Nos Estados Unidos, ela destaca que, por exemplo, é utilizada para aumentar a polarização entre Republicanos e Democratas.

Os usuários chineses estão renderizados, classificados e esperando em fila para a predição com cada toque digital, e nós também estamos. Somos ranqueados no Uber, no Ebay, no Facebook e em muitos outros negócios na internet, e esses são apenas os

rankings que vemos. Aos usuários chineses é atribuído um escore de caráter, enquanto o governo americano incita as empresas de tecnologia a treinar seus algoritmos para um score de radicalismo (Zuboff, 2021, n.d.).

Conforme Sumpter (2019) previu, as eleições americanas, o Brexit, as eleições brasileiras de 2018 e as mais recentes, de 2022 trouxeram à tona a discussão sobre as redes sociais e algoritmos no contexto político. Em "Os Engenheiros do Caos", Da Empoli (2019) analisa o crescimento do populismo na Europa, destacando o papel crucial das mídias sociais. Ao comentar sobre o Movimento 5 Estrelas (M5S), um partido político italiano, Da Empoli explora como essa liderança, com uma visão totalitária, enxerga a internet como uma ferramenta revolucionária para a política.

[...] o M5S não funciona como um movimento tradicional, mas como o PageRank do Google. Ele não tem visão, programa ou qualquer conteúdo ou agenda positivos. É um simples algoritmo construído para interceptar o consenso graças a assuntos e tópicos que funcionam. Se a imigração é um tema forte, o Movimento investe no assunto, adotando a posição mais popular [...] Se a opinião pública evoluísse no sentido oposto em relação a qualquer um desses temas, o M5S mudaria de posição (Da Empoli, 2019, n.d.).

Conforme discutido até o momento, a exposição frequente dos usuários a determinados assuntos está diretamente ligada à quantidade de cliques que esses temas recebem. Nesse contexto, questões políticas tendem a atrair mais atenção, pois, como ressaltado por Castells (2007), a política envolve ações de comunicação e socialização. Assim, abordar temas políticos nas redes sociais tornou-se uma estratégia robusta para a elite política se comunicar com seus eleitores. Além disso, discutir política nessas plataformas também se revela uma ferramenta crucial para a retenção de usuários. “[...] as redes sociais são extremamente úteis para ganhar, chegar e mobilizar potenciais votantes [...] cada vez mais a ganhar uma enorme preponderância nas campanhas políticas” (Barllet, 2014, p. 105).

Esse uso, por vezes, pode levar a um tipo de dependência, Lazzarato afirma que essas máquinas podem produzir um certo tipo de escravidão sobre quem as usam. Essa afirmação parte do princípio de que em sua natureza, elas, as máquinas, já são escravas, então, os seus usuários também o são. “Somos governados por algoritmos, as máquinas digitais conduzem nossas condutas, os números ditam nossos comportamentos” (Lazzarato, 2019, p. 134).

A partir do momento em que os algoritmos têm o poder de influenciar os comportamentos dos cidadãos, eles também possibilitam a formação de consensos, opiniões e visões de mundo semelhantes. Essa soma leva a criação das bolhas, popularizadas como bolhas afetivas, as quais podem ameaçar os sistemas políticos, já que contraria o objetivo democrático. “A democracia exige que os cidadãos enxerguem as coisas pelo ponto de vista dos outros; em vez disso, estamos cada vez mais fechados em nossas próprias bolhas” (Pariser, 2012, n.d.).

5.4 Bolhas afetivas: a política com emoção

“Rastreamento das informações em cada página ou feed, os algoritmos analíticos podem construir retratos psicométricos bastante precisos de indivíduos, seus gostos, suas afinidades e suas presunções” (D’Ancona, 2018, p. 108). Partindo dessa afirmação, torna-se evidente que após os algoritmos identificarem as preferências individuais de cada usuário nas redes sociais, eles agregam nos feeds assuntos que podem ser mais interessantes para o perfil conectado.

Os algoritmos da Apple, do Facebook ou do próprio Google fazem com que cada um de nós receba informações que nos interessam. E se, como diz Zuckerberg, nos interessamos mais por um esquilo agarrado na árvore em frente à nossa casa do que pela fome na África, o algoritmo dará um jeito de nos bombardear com as últimas notícias sobre os roedores do bairro, eliminando assim toda referência sobre o que se passa do outro lado do Mediterrâneo (Da Empoli, 2019, n.d.).

Kakutani (2018) acredita que as formações de bolhas antecedem as redes sociais, sendo que as pessoas sentem a necessidade de se conectarem a outras por meio de interesses e opiniões comuns, ideia defendida também por Wainberg “As emoções direcionam os comportamentos dos indivíduos, algo que pode resultar numa convergência de reações afetivas e, por decorrência, numa ação coletiva” (2018, p. 152), seja dentro de casa, no trabalho ou em uma comunidade religiosa, no entanto, com internet, essa formação foi acelerada “[...] por sites de notícias que abastecem pontos de vista ideológicos particulares [...] pelas redes sociais, que ajudaram as pessoas a se isolarem ainda mais em bolhas de interesses compartilhados” (Kakutani, 2018, n.d.).

Dentro dos inúmeros fatores negativos associados à seleção, que Pariser (2012) denomina de “bolha dos filtros”, podem trazer, como isolamentos dos usuários em assuntos específicos nas redes sociais e a construção de identidades que não são necessariamente autênticas.

A bolha dos filtros não apenas reflete a nossa identidade. Ela também define as escolhas à disposição. Os estudantes das melhores universidades recebem ofertas direcionadas de empregos dos quais os estudantes de universidades piores nem sequer estão cientes. Os feeds pessoais de cientistas profissionais talvez tragam artigos sobre concursos dos quais os cientistas amadores jamais ficarão sabendo. Ao apresentar algumas possibilidades e bloquear outras, a bolha dos filtros influencia nossas decisões. E, assim, molda a pessoa na qual nos transformamos (Pariser, 2012, n.d.).

Para Penteado e Junior (2019), essas bolhas prejudicam a evolução do debate no campo político e promovem a polarização. “[...] os usuários, apesar de terem uma ampla pluralidade de fontes de informações, ficam restritos a fontes e perfis alinhados com perspectivas e vieses específicos” (2019, p. 115), induzindo-as a acreditarem que possuem a mesma opinião que a maioria da rede social (Baptista, 2022).

Ao explicar como as bolhas filtros se formam para cada indivíduo nas redes sociais, Sumpter (2019) é didático. Ele utiliza o exemplo do Facebook para demonstrar como o

feed de notícias vai sendo construído. A partir disso, ele sugere que uma pessoa que lê, acompanha e compartilha conteúdos políticos tanto da esquerda quanto da direita, dentro do espectro político, ainda está sujeita a se fechar em bolhas, mesmo que ela seja uma “mente aberta”, como definido pelo autor. “Vamos supor também que você tenha amigos de direita e de esquerda em quantidades aproximadamente iguais. Eu sei que isso é muito difícil de acontecer na vida real, mas a fim de perceber o possível efeito dos algoritmos” (Sumpter, 2019, n.d.).

Ele prossegue ao afirmar que, ao compartilhar conteúdos de ambos os espectros políticos, a pessoa pode receber curtidas e comentários. Ao interagir, seja respondendo ou apenas curtindo um conteúdo mais que o outro, os algoritmos do Facebook interpretarão que ela prefere o conteúdo X ao Y. Isso ocorre mesmo que a pessoa seja considerada uma “mente aberta” e queira receber igualmente a mesma quantidade de ambos os conteúdos.

[...] o Facebook filtra nosso feed, o Twitter filtra nossa linha do tempo e o Google filtra nossas buscas: quanto mais clicamos em alguma coisa, ou alguém, mais proeminente eles nos são mostrados, e mais provavelmente iremos continuar a clicar neles (Sumpter, 2019, n.d.).

Pessoa, Gusmão, Andrade, Neves e Rodrigues (2023) definem os filtros-bolhas como um tipo de mapeamento feito pelas empresas. “[...] espécie de pegadas digitais deixadas pela navegação nos ambientes online. Assim, com base nas características de navegação, cria-se um universo particular online” (2023, p. 86). Dessa forma, no entendimento dos autores, os algoritmos contribuem para as empresas, e assim, elas conseguem entregar, para cada usuário ali inscrito, um conteúdo customizado. Se uma pessoa gosta de ler e falar sobre determinado assunto, política por exemplo, mais tópicos relacionados serão entregues a ela.

Depois do advento e crescente popularização das redes sociais, o conceito de bolhas foi gradativamente se modificando junto com o incremento dos algoritmos para detecção do perfil psíquico social, econômico, político, enfim, detecção da forma mentis do usuário (Ferrari, 2018, 15).

Ferrari continua explicando que é conveniente para o usuário receber conteúdos, publicidades daquilo que necessita. No entanto, por trás disso, existem algoritmos que trabalham para analisar nossa interação com os conteúdos nas redes. Pessoa et. al. (2023), argumentam que os “filtros bolha” buscam promover um espaço e alteram a maneira do usuário ter acesso a informação.

Uma bolha de filtro não passa de um estado de isolamento intelectual e reforço ideológico que pode resultar de pesquisas personalizadas, em que um algoritmo de determinados sites selecionam quais informações um usuário gostaria de ver com base em informações fornecidas pelo próprio usuário, como localização, cliques anteriores, comportamento na internet e histórico de pesquisa (Pessoa, et. al. 2023, p. 78).

5.4.1 Bolhas e teorias conspiratórias

No contexto do surgimento de bolhas, outro enfoque observado por pesquisadores

como Frederico (2022) é que as mudanças drásticas na política, como a polarização, impulsionam cada vez mais o surgimento e a permanência de teorias conspiratórias. Para ele, a relação entre mudanças sociais e teorias conspiratórias é antiga, remontando à introdução das indústrias no cotidiano americano em 1900 e aos períodos de guerra, como a Guerra Fria, em 1950. Sentimentos como incertezas, inseguranças e perda do controle podem desencadear a necessidade de criar e acreditar nessas teorias. Além disso, pessoas com dificuldade de se relacionar com o coletivo estão mais propensas, psicologicamente, a compor o grupo dos que precisam acreditar em algo, mesmo que seja mentiras, em busca do significado para sua existência.

Isto estende-se à insegurança sobre identidades sociais importantes: indivíduos com alto nível de narcisismo coletivo – uma crença exagerada mas frágil na grandeza do grupo interno que requer validação externa – está consistentemente associado a crenças conspiratórias (Frederico, 2022, p.4, tradução livre)⁴⁰.

A busca por teorias conspiratórias como uma forma de solucionar problemas complexos com soluções simples é o reflexo de uma sociedade que não tem tanta vontade de se envolver com assuntos políticos, como votar, acompanhar e fiscalizar o que tem sido feito pelos agentes.

Nesta linha, a ideiação conspiratória sobre conspirações secretas entre os poderosos está associada à diminuição da intenção de se envolver em ações políticas normativas (por exemplo, votação, manifestações legais) e ao aumento da intenção de se envolver em ações políticas não normativas (por exemplo, violência, disseminação de desinformação) (Frederico, 2022, p. 7, tradução livre)⁴¹.

O resultado desse desinteresse funciona a partir das crenças, somadas às emoções, que resultam na criação e acreditação de teorias conspiratórias, e nas fake news, e a facilidade das redes sociais em distribuí-las, tendo como resultado, o enfraquecimento democrático. Sendo assim, nomeia-se a essas bolhas como “bolhas afetivas”, em que além das opiniões semelhantes, as pessoas irão se ligar por suas emoções.

⁴⁰ This extends to insecurity about important social identities: individuals high in collective narcissism—an exaggerated but brittle belief in the ingroup’s greatness that requires external validation—is consistently associated with conspiracy beliefs (Frederico, 2022, p.4).

⁴¹ Along these lines, conspiratorial ideation about secret plots among the powerful is associated with decreased intention to engage in normative political action (e.g., voting, legal demonstrations) and increased intention to engage in non-normative political action (e.g., violence, spreading misinformation) (Frederico, 2022, p. 7).

5.5 Fake news e as consequências políticas

O termo “fake news”, em tradução livre, significa “notícias falsas”, e desde a eleição americana de 2016 tem ganhado notoriedade em estudos, noticiários e campanhas políticas. Ao mencionar as redes sociais, como Google, Facebook, Instagram, X (antigo Twitter) e WhatsApp, os autores destacam que elas permitem que qualquer pessoa crie seu próprio conteúdo. “Em certos momentos, essas informações chegam às pessoas externas ao grupo, que, por sua vez, podem disseminá-las nas suas respectivas redes” (Furnival e Santos, 2019, p. 98).

E atualmente, são as redes sociais as responsáveis, de maneira eficiente, por difundir conteúdos falsos mais rapidamente. Baptista (2022) escreve que em um ambiente de polarização, as redes sociais, somadas à emoção, tornam-se um ambiente perfeito para o compartilhamento das fake news, e, conseqüentemente, para o aumento da polarização.

É, portanto, através deste contexto de instabilidade política e social, de desigualdade e de desconfiança, que a desinformação tem, oportunamente, proliferado [...] Como a polarização tende a unir e a fortalecer os grupos em torno de clivagens comuns, as redes sociais têm desempenhado um papel crucial para a formação de comunidades ou grupos segregados e homogêneos que radicalizam e polarizam ideológica e politicamente os seus membros (p. 19).

Baptista (2022), ainda escreve que a sociedade está cada vez mais sendo conduzida a uma polarização, política e social “[...] em que o conflito entre grupos está marcado por posições dicotômicas, como preto e branco, bom ou mau, ao mesmo tempo que ressurgem clivagens como povo (nós) versus elite (eles)” (2022, p. 18).

Nesse último ponto, do nós contra eles, é possível lembrar da teoria da política populista, conforme definem Cas Mudde e Kaltwasser (2017), que pode se manifestar de várias maneiras, dependendo do espectro político e até mesmo de onde ele se situa. Na Europa, por exemplo, ele se manifesta em partidos anti-imigração, já na América Latina, é na má gestão da economia (p. 02), no entanto, apesar de se manifestar de formas diferentes, há sempre um acordo que é o povo contra o que já está estabelecido (anti-establishment), a elite política.

E corroborado por Mounk (2019), são os governos populistas que tendem a se beneficiar das redes sociais. “Desimpedidos das coibições do antigo sistema midiático, eles estão preparados para fazer tudo que for necessário para serem eleitos – mentir, confundir e incitar o ódio contra os demais cidadãos (Mounk, 2019, n.p.).

A polarização social, que políticos tanto da extrema-direita, quanto da extrema-esquerda, principalmente, têm se aproveitado para elevar o nível da polarização política. “Neste sentido, [...], têm sabido usufruir das vantagens que as redes sociais auferem, ao mesmo tempo que têm aproveitado os problemas da sociedade [...] têm procurado disseminar os seus ideais através da internet, criando comunidades online de sucesso” (Baptista, 2022, 19).

Nos últimos anos, o Brasil enfrentou crises iniciadas em 2013 com as manifestações conhecidas como “Jornadas de Junho”, que resultaram no impeachment da então

presidente Dilma Rousseff. Essas crises refletem um fortalecimento do discurso anti-establishment, desconfiança generalizada nas instituições, avanço tecnológico, crescimento expressivo de usuários nas redes sociais, disseminação de fake news, era da pós-verdade e presença de bots. Esses elementos contribuem para situar o maior país da América Latina em um contexto de enfraquecimento democrático e propensão a teorias conspiratórias.

O avanço do autoritarismo identificado no governo Bolsonaro (PL) se manifesta por meio da militarização da democracia e difusão de discursos e narrativas de ódio que aprofundaram a divisão nacional no período eleitoral que levou ao segundo mandato da ex-presidenta Dilma Rousseff (PT). O discurso de ódio (e de medo) ao PT ganhou força durante a eleição de 2014 e se radicalizou nas eleições de 2018 nas quais se elegeu Bolsonaro (Silva, 2022, p. 4).

Diante desses impasses, é imperativo ponderar sobre os rumos a serem seguidos, tanto na esfera política quanto na social, visando compreender e desenvolver mecanismos que possam explicar os fenômenos mencionados e impedir a propagação de governos autoritários que se valem das emoções, como o medo e o desamparo, para persuadir e criar dependência na população.

Ressa (2022), corrobora a afirmação de que governos com características autoritárias utilizam emoções para construir sua base, cultivando cidadãos predispostos a defender ideias, independentemente de sua veracidade. Ela também expressa uma preocupação significativa sobre as influências das tecnologias e como têm impactado a relação do ser humano com os fatos. “O que vi e documentei durante a última década foi o poder divino da tecnologia para infectar outros, inflamando, ou até criando, os nossos medos, raivas e ódios, e acelerando a ascensão de déspotas e ditadores em todo o mundo” (Ressa, 2022, p.16).

Para Halperin (2014) argumenta que as emoções têm maior destaque em situações conflituosas e violentas, citando exemplos de conflitos como os do Oriente Médio e Ruanda. Ele sugere que em sociedades envolvidas nesses contextos, há uma crescente tendência de evitar tratados de paz, tornando-se mais sensíveis às decisões políticas.

Os membros destas sociedades, que são directa ou indirectamente influenciados pelo conflito, experimentam estas emoções com muita frequência e com elevada intensidade. Consequentemente, tornam-se cada vez mais sensíveis a pistas políticas e outras pistas contextuais que podem potencialmente induzir estas experiências emocionais (2014, p. 68, tradução livre)⁴².

Na prática, Mounk (2019) acredita e defende que as redes sociais contribuíram, de certa forma, para democratizar a informação, argumentando que antes delas, há apenas alguns anos, a informação e a comunicação estavam nas mãos de poucas

⁴² Members of these societies, who are directly or indirectly influenced by the conflict, experience these emotions very frequently and with high intensity. Consequently, they become increasingly sensitive to political and other contextual cues that can potentially induce these emotional experiences (Halperin, 2014, p. 68).

empresas de notícias e políticos. Em um sistema democrático bem estabelecido, as redes sociais são ferramentas importantes para a manutenção do regime. No entanto, aqueles que buscam disseminar discursos de ódio encontram nessas plataformas também a ferramenta ideal para proliferar ideias de ódio e preconceito, por exemplo.

6. Plano de Aulas Político-Midiática

Um dos objetivos desta dissertação é a apresentação de um plano de aula-ação para introduzir no ensino superior uma componente de formação político-midiática nas diversas licenciaturas, independentemente da sua área científica. Antes disso, apresentamos o caso da Finlândia, como um exemplo de excelência nesta matéria, quando comparado com os casos Português e Brasileiro.

6.1 Finlândia: um exemplo de educação midiática

A Finlândia, pioneira na educação midiática (Tanriverdi, Apak, 2010, p. 1187), tem sido um exemplo de como a prática, a começar da educação infantil até a idade adulta, pode ser uma ferramenta importante para o fortalecimento da democracia e para o desenvolvimento social de um país. No Índice Europeu de Alfabetização Mediática 2023, responsável em medir a vulnerabilidade da desinformação em 41 países da Europa, a Finlândia está no topo, pontuando 74, em uma escala de 100 pontos. Desde 2017, o país ocupa o primeiro lugar do ranking⁴³. Portugal, por exemplo, está no 12º lugar, e marcou 60 pontos dentro da escala. Ainda de acordo com o relatório, é importante a regulação das redes sociais, no entanto, a educação precisa ser pensada antes disso.

No site do Instituto Nacional Audiovisual da Finlândia, um órgão do governo, pertencente ao Ministério da Educação e Cultura, apresenta uma parte dedicada a alfabetização midiática. Apostam na prática como algo destinado a toda sociedade, porque um país que desenvolva a educação midiática tem a capacidade de promover a paz, democracia, boa agenda econômica, enfim, uma boa vida (tradução livre)⁴⁴. No programa de governo, apresentado em junho de 2023, pelo primeiro-ministro Finlândes, Petteri Orpos, no ponto 8.5, uma das premissas é reforçar a alfabetização midiática para proteger o país da desinformação.

Para prevenir os danos sociais causados pela desinformação, o Governo atualizará o seu modelo estratégico de comunicação e reforçará a defesa da informação e incluí-la na nova estratégia de segurança cibernética. Na luta contra a desinformação, o Governo terá em conta tanto as línguas nacionais da Finlândia como as comunicações noutras línguas. Melhoramos as capacidades dos professores para aumentar a literacia mediática crítica dos alunos e a

⁴³ *Finland Tops the New Media Literacy Index 2023, Countries Close to the War in Ukraine Remain Among the Most Vulnerable to Disinformation.* (2023). Open Society Institute Sofia <https://osis.bg/?p=4450&lang=en> acesso em 08 de nov. de 2023.

⁴⁴ *Media education in Finland.* Kavi.fi. <https://kavi.fi/en/publications/>. acesso em 08 de nov. de 2023.

sensibilização para os riscos cibernéticos, a fim de reforçar a ampla resiliência social (Programa Governo Finlandês, junho de 2023, tradução livre) ⁴⁵

A proposta visa orientar os governos democráticos a encarar o plano como uma política pública educacional. Além de abordar a educação midiática, a proposta também busca integrar temas relacionados ao campo político. Essa união é fundamental para capacitar os alunos na compreensão crítica dos conteúdos políticos e midiáticos aos quais são expostos, como defendido ao longo do desenvolvimento deste trabalho.

6.2 Legislação sobre o combate de desinformação - Brasil e Portugal

O estudo mencionado acima avalia a qualidade da informação na Europa e situa Portugal como um país relativamente bem posicionado. Nas buscas por informações sobre os países da América Latina, em especial o Brasil, não aparecem resultados semelhantes ao ranking europeu. A organização Repórteres Sem Fronteiras (RSF)⁴⁶ posiciona o Brasil na 92ª posição (entre 180 países avaliados), em nações com maiores ataques à imprensa, que conseqüentemente contribui para a circulação de informações falsas nas redes sociais.

De acordo ainda com RSF, os cenários políticos ajudam para que haja mais ou menos desinformação e violência contra profissionais da imprensa. Eles acreditam que os ataques chegam até mesmo a ser normalizados por alguns governos. “[...] parece cada vez mais normalizada como estratégia nas mãos de lideranças políticas, que buscam ter maior controle sobre a narrativa na agenda pública para manter suas bases mobilizadas” (RSF, 2023, n.p).

Em 2018, a União Europeia (UE) implementou pela primeira vez um Código de Prática para plataformas online, com o objetivo de reduzir a desinformação na internet. Durante a pandemia de Covid-19, as plataformas foram obrigadas a apresentar relatórios mensais à Comissão, demonstrando as medidas adotadas para criar um ambiente digital no qual conteúdos falsos fossem combatidos.

Em 2021, a Comissão solicitou o reforço deste código, resultando na publicação de um novo documento em 2022, que inclui novas práticas contra a desinformação. O documento recebeu a assinatura de 34 empresas de tecnologia, como Meta (Facebook, WhatsApp, Instagram), Google, X (Twitter), TikTok e Microsoft, estabelecendo os seguintes compromissos:

Redução aos incentivos financeiros à difusão da desinformação, garantindo que os fornecedores de desinformação não beneficiam das receitas publicitárias; Cobrir novos

⁴⁵ “In order to prevent social harm caused by disinformation, the Government will update its strategic communications model and will strengthen information defence and include it in the new cyber security strategy. In the fight against disinformation, the Government will take into account both of Finland’s national languages as well as communications in other languages. We will improve the capabilities of teachers to boost students’ critical media literacy and awareness of cyber risks in order to reinforce broad social resilience” (Junho de 2023, <https://valtioneuvosto.fi/en/governments/government-programme#/8/5>).

⁴⁶ *Américas: uma instabilidade política ameaçadora para a liberdade democrática*. (2023). Repórteres Sem Fronteiras. <https://rsf.org/pt-br/classement/2023/am%C3%A9ricas> acesso em 10 de nov. de 2023.

comportamentos manipulativos, como contas falsas, bots ou falsificações maliciosas que espalham desinformação; Capacitar os utilizadores com melhores ferramentas para reconhecer, compreender e sinalizar a desinformação; Expandir a verificação de factos em todos os países da UE e em todas as suas línguas, garantindo ao mesmo tempo que os verificadores de factos são recompensados de forma justa pelo seu trabalho; Garantir publicidade política transparente, permitindo que os usuários reconheçam facilmente os anúncios políticos graças a uma melhor rotulagem e informações sobre patrocinadores, gastos e período de exibição; Apoiar melhor os investigadores, proporcionando-lhes um melhor acesso aos dados das plataformas; Avaliar o seu próprio impacto através de um quadro de monitorização sólido e de relatórios regulares das plataformas sobre a forma como estão a implementar os seus compromissos; Criar um Centro de Transparência e um Grupo de Trabalho para uma visão geral fácil e transparente da implementação do Código, mantendo-o preparado para o futuro e adequado à sua finalidade. Por último, o Código pretende ser reconhecido como um Código de Conduta ao abrigo da Lei dos Serviços Digitais para mitigar os riscos decorrentes da desinformação para plataformas em linha de grande dimensão.⁴⁷

(Comissão

Europeia,

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_22_3664,

tradução

livre)

De acordo com a União Europeia, as empresas têm um prazo de seis meses para implementar os compromissos estabelecidos. Além disso, foi formado um grupo de trabalho para monitorar, ajustar e adaptar os pontos acordados.

Grupo de Reguladores Europeus dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual (ERGA), e do Observatório Europeu dos Meios de Comunicação Digitais (EDMO), A Comissão avaliará regularmente os progressos realizados na implementação do Código, com base em dados qualitativos e relatórios quantitativos esperados dos signatários (Comissão Europeia, tradução livre) ⁴⁸

⁴⁷ Broaden participation: the Code is not just for big platforms, but also involves a variety of diverse players with a role in mitigating the spread of disinformation, and more signatories are welcome to join; Cut financial incentives for spreading disinformation by ensuring that purveyors of disinformation do not benefit from advertising revenues; Cover new manipulative behaviours such as fake accounts, bots or malicious deep fakes spreading disinformation; Empower users with better tools to recognise, understand and flag disinformation; Expand fact-checking in all EU countries and all its languages, while making sure fact-checkers are fairly rewarded for their work; Ensure transparent political advertising by allowing users to easily recognise political ads thanks to better labelling and information on sponsors, spend and display period; Better support researchers by giving them better access to platforms' data; Evaluate its own impact through a strong monitoring framework and regular reporting from platforms on how they're implementing their commitments; Set up a Transparency Centre and Task Force for an easy and transparent overview of the implementation of the Code, keeping it future-proof and fit for purpose. Finally, the Code aims to become recognised as a Code of Conduct under the [Digital Services Act](#) to mitigate the risks stemming from disinformation for Very Large Online Platforms.

⁴⁸ Regulators Group for Audiovisual Media Services (ERGA) and the European Digital Media Observatory (EDMO), the Commission will regularly assess the progress made in the implementation of the Code, based

6.2.1 Contexto brasileiro

Em abril de 2014, foi promulgada a lei que trata do uso da internet no Brasil, conhecida como "Marco Civil da Internet". Esta lei visa garantir a privacidade e proteção dos dados pessoais dos usuários na internet, representando uma das principais iniciativas e mudanças no país em relação ao uso da rede. Em 2020, um projeto de lei (PL) foi apresentado no Senado Federal, o 2630/2020, que ficou conhecido como o "PL das Fake News". A ementa do projeto propõe a instituição da Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet". "O texto cria medidas de combate à disseminação de conteúdo falso nas redes sociais, como Facebook e Twitter, e nos serviços de mensagens privadas, como WhatsApp e Telegram, excluindo-se serviços de uso corporativo e e-mail" (Agência Câmara de Notícias, 2020)⁴⁹

No entanto, o documento inicial sofreu alterações, com um total de 152 emendas, e desde a sua proposta até o presente ano de 2023, segue tramitando entre votações e pedido de vistas para análises. Além disso, enfrenta resistências para aprovação⁵⁰, já que não têm estabelecido no documento qual órgão será responsável em fiscalizar as empresas de tecnologia sobre a aplicação da lei. Em dezembro de 2023 o PL 2630/2023 estava na Câmara dos Deputados, "Aguardando a criação da comissão especial pela Mesa Diretora" (Câmara dos Deputados, 2023)⁵¹.

Apesar de ambos os países implementarem iniciativas relacionadas à educação midiática, campanhas contra desinformação e outras medidas, nenhum deles possui algo semelhante à proposta apresentada neste trabalho. Portugal, devido à sua dimensão territorial e populacional, bem como políticas públicas de proteção de dados influenciadas pela União Europeia, consegue estabelecer avanços consideráveis na prática, conforme mencionado no Capítulo 3 deste trabalho. Por outro lado, o Brasil enfrenta dificuldades ao sugerir, fiscalizar e aplicar medidas relevantes para combater o problema.

Ao propor a educação midiática associada à educação política, fundamenta-se na necessidade de as sociedades compreenderem a relevância e influência da mídia no dia a dia, assim como na defesa da democracia.

Embora países como Portugal, Finlândia e até mesmo o Brasil tenham iniciativas voltadas para a educação midiática, como destacado ao longo deste trabalho, a

on the granular qualitative and quantitative reporting expected from signatories. Disponível em: <https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_22_3664> acesso em 10 de nov. de 2023.

⁴⁹ Projeto do senado de combate a notícias falsas chega a Câmara. (2020). Agência Câmara de Notícias. <https://www.camara.leg.br/noticias/673694-projeto-do-senado-de-combate-a-noticias-falsas-chega-a-camara/> acesso em 10 de nov. de 2023.

⁵⁰ Said, F. *PL das Fake News enfrenta mais resistência na Câmara que no Senado, dizem líderes*. <https://congressoemfoco.uol.com.br/temas/ciencia-e-tecnologia/pl-das-fake-news-enfrenta-mais-resistencia-na-camara-que-no-senado-dizem-lideres/> acesso em 09 de nov. de 2023.

⁵¹ *Projetos de Leis e outras Proposições* (2023). Câmara dos Deputados. <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2256735&fichaAmigavel=nao> > acesso em nov. de 2023.

proposta aqui apresentada busca introduzir uma nova ferramenta que forme cidadãos aptos a compreender não apenas a importância da mídia, mas também o papel crucial da política em suas vidas diárias.

No início do livro "Ruptura: a crise da democracia liberal," publicado em 2018, o autor espanhol Manuel Castells destaca a necessidade de os modelos de democracia liberal resistirem aos "ventos malignos". Ele explora como questões econômicas, aumento da desigualdade, insegurança urbana e ameaças de guerra contribuem para a fragmentação do sistema político. Além disso, Castells argumenta que os processos de comunicação também desempenham um papel significativo no impacto sobre a democracia.

McKay e Tenove (2021) argumentam que a desinformação que circula no ambiente online é ameaçadora para os governos democráticos. Para embasar a afirmação, os autores lembram o caso da interferência russa nas eleições americanas ou Brexit (saída do Reino Unido da União Europeia), ambos em 2016. No entanto, para além das ameaças aos períodos eleitorais, os autores chamam a atenção para o perigo que a desinformação online pode ser feita no dia a dia "[...] tais como minar as instituições e as condições sociais necessárias ao funcionamento das democracias" (2021, p. 703, tradução livre)⁵²

Brittany Kaiser, ex-executiva da Cambridge Analytica e autora do livro "Manipulados: como a Cambridge Analytica e o Facebook invadiram a privacidade de milhões e botaram a democracia em xeque," testemunha como a falta de controle e fiscalização nas big techs, especialmente no Facebook, coloca em risco os governos. Ela destaca que as empresas de tecnologia aproveitam as informações coletadas para entregar conteúdos personalizados, muitas vezes com teor racista e discursos de ódio, visando gerar cliques. Em sua experiência com a Cambridge Analytica, Kaiser revela: "Ajudei a construir aquela máquina e testemunhei Trump, Facebook e Brexit arrasarem a democracia bem diante dos meus olhos, invadindo nossas vidas digitais e usando os nossos dados contra nós" (2022, n.p).

Sandel (2023) cita que um dos motivos para o descontentamento com a democracia na contemporaneidade são a toxicidade das redes sociais [...] enchente de desinformações que, amplificada pelas mídias sociais, polui a esfera pública", (n.d.). Para D'Ancona (2018), a falta de confiança está baseada na pós-verdade. "A questão não é determinar a verdade por meio de um processo de avaliação racional e conclusiva. Você escolhe sua própria realidade, como se escolhesse comida de um bufê. Também seleciona sua própria mentira, de modo não menos arbitrário" (D'Ancona, 2018, p. 57).

Campanhas políticas têm se construído em cima das redes sociais, como as de Barack Obama, em 2008 e 2013, ou até mesmo as mais recentes, Donald Trump, em

⁵² "[...] such as undermining the institutions and social conditions necessary for democracies to function" (McKay e Tenove, 2021, p. 703).

2016, Jair Bolsonaro em 2019 e 2022 no Brasil (Batista, 2021, p. 29). No entanto, além de serem usadas pelas equipes de comunicação e marketing dos candidatos como uma forma de comunicar os projetos de governo, elas também ganharam relevância no dia a dia do eleitorado. É por meio delas, como o Facebook, X (antigo Twitter), Instagram, por exemplo, que o usuário pode acompanhar a rotina, os projetos, compartilhando conteúdo, comentando e expondo sua opinião.

As redes sociais tornam-se perigosas para a política quando fazem uso de conteúdos falsos, frequentemente com apelos emocionais para atrair cliques. Pardo (2020) explica que, embora a opinião pública seja crucial, ela é frágil e pode mudar conforme a conveniência. Atualmente, as fake news são disseminadas como se fossem fatos verídicos. “A diferença entre os antigos modos de desinformar parece ser de que agora é possível ter mentiras específicas, pensadas para audiências específicas em nível pessoal, graças aos algoritmos que estamos constantemente alimentando em nosso uso diário da internet e das mídias sociais” (Pardo, 2020, p. 162).

E a tarefa para separar o que é notícia verdadeira, do que é falso, tem sido cada vez mais difícil, D'Ancona escreve que é trabalhoso para o indivíduo diferenciar o que é verdade do que é mentira, já que é exposto a quantidades enormes de informações. É cansativo o trabalho ao tentar separar “a agulha da verdade no palheiro da mentira”, e passa a aceitar, ainda que sem consciência plena disso, que tudo que resta é escolher, entre as versões e narrativas que lhe traz segurança emocional”. (2008, p.10).

6.3 Alfabetização político-midiática: uma proposta de planejamento de aula

A proposta é desenvolver uma sugestão de unidade curricular, dividida em quinze aulas semestrais, para alunos de graduação (licenciatura) de universidades públicas e privadas no Brasil e em Portugal. As aulas seguirão o seguinte modelo: cinco aulas introdutórias, cada uma com 60 minutos, e oito aulas dedicadas às leituras dirigidas, nas quais os alunos deverão produzir fichamentos e realizar apresentações de seminários. Recomenda-se a formação de duplas (ou trios) de alunos para as apresentações.

Uma aula será dedicada para uma palestra de um profissional, aconselha-se que ele seja de uma agência de checagem de notícias falsas. A palestra poderá ser presencial ou online. Na última aula será realizado um debate com feedbacks e análise do semestre tanto pelo docente, quanto pelos discentes.

Com o tema “alfabetização-política-midiática”, o objetivo é implementar nas salas de aulas um método que contribua para o despertar crítico dos cidadãos sobre o funcionamento do sistema político e como lidar com as mídias digitais, especificamente, as redes sociais. O plano tem o objetivo ilustrar como o tema pode ser trabalhado nas salas de aula e assim, desenvolver o letramento político e digital.

As aulas serão ministradas por docentes da área de comunicação com especialização na área do ensino político ou professores da Ciência Política com especialização na área da comunicação.

É importante destacar que por se tratar de uma sugestão, as aulas não foram implementadas, dessa forma, algumas atividades podem demandar mais tempo (ou não). Na prática, cada aula exigirá atenção do professor (a) para as especificidades e a realidade de cada turma.

Outro aspecto de importância também é a compreensão que como é uma disciplina ministrada para os mais diversos cursos e áreas (exatas, biomédicas, humanas, por exemplo) será necessário adequação e adaptação por parte da equipe pedagógica para cada realidade, para a fluidez da ministração das aulas.

Na aula introdutória, conforme tabela abaixo, o professor será orientado a realizar as apresentações e explicar, brevemente, como será conduzido o semestre, ou seja, com aulas expositivas e com debates e apresentações em seminários realizados pelos alunos. Logo após, explicará a relevância da disciplina para a construção da cidadania.

6.4. Descrição global da disciplina

1 - Unidade curricular Alfabetização político-midiática
Docente responsável
Objetivos da unidade curricular e competências a desenvolver
Esta unidade curricular visa desenvolver nos alunos um conjunto de competências para o desenvolvimento, aprendizado e domínio do senso crítico ao lidar com informações sobre política. Ao final da disciplina, o aluno deverá ser capaz de: <ul style="list-style-type: none">• Entender o papel da mídia na formação da opinião pública;• Compreender a relação da mídia com assuntos políticos;• Distinguir e saber analisar conteúdos jornalísticos de falsas notícias;• Compreender o sistema político de seu país.
Conteúdos programáticos
1. Aula introdutória 1.1. Apresentação da disciplina 1.2. Apresentação do método de avaliação. 2. O papel da mídia na formação da opinião pública 2.1 Agenda-setting, framing (enquadramentos) 2.2 O que é notícia? 2.3 Diferença de artigo, coluna, opinião, matéria e reportagem dentro do

jornalismo

2.4 Cases relevantes de como a mídia influenciou a opinião ao longo dos últimos anos

2.5 Jornalismo tradicional e as novas mídias (redes sociais).

3. Educação político-midiática

3.1 Introdução à Educação político-midiática

3.2 Mídia e Opinião Pública

3.4 Educação Midiática e Cidadania

4. Desafios e oportunidades para a democracia

4.1 Introdução à democracia e seus desafios

4.2 Polarização Política e Mídia

5. Fake News e desinformação

5.1 Definição de fakes news e desinformação

5.2 Impacto das fakes news

5.3 Causa e propagação

6. Consequências políticas e sociais das fakes news e desinformação

6.1 Consequências Políticas

6.2 Consequências Sociais

7. Aula para a formação das duplas (ou trio) para a apresentação do seminário

8. Aula 8 - Primeiro seminário tema “O papel da mídia na formação da opinião pública”

9. Aula 9 – Segundo seminário tema “Educação político-midiática”

10. Aula 10 – Terceiro seminário tema “Desafios e oportunidades para a democracia”

11. Aula 11 – Quarto seminário tema “Fake News e desinformação”

12. Aula 12 – Quinto seminário tema “Consequências políticos e sociais das fakes news e desinformação”

13. Exibição do documentário Privacidade Hackeada. 14. **Palestra** - (online ou presencial) realizada por um profissional de agência de checagem de notícias, ou algum pesquisador da área.

15. Apontamentos finais dos alunos e do professor sobre a disciplina.

6.5. Alfabetização Político-midiática 1/6

Alfabetização político-midiática 1/6	
Público-alvo: Alunos de graduação de universidades públicas e privadas Número de aula: 01 aula de 60 minutos	
Tema:	Aula introdutória da disciplina de alfabetização político-midiática
Conteúdo:	Nesta aula o professor irá se apresentar e mostrar os nomes das próximas cinco aulas.
Objetivo	Explorar os conceitos fundamentais da educação político- midiática, destacando a interação dinâmica entre política e mídia, fornecendo ferramentas para analisar criticamente as mensagens midiáticas. Ensinar as diferenças dos poderes políticos e quais as funcionalidades de cada. Trabalhar temas como desinformação, teorias conspiratórias.
Metodologia	Esta aula será uma roda de conversa, em que o professor (a) terá a oportunidade de dialogar com os alunos sobre a disciplina e quaisquer indagações que possam surgir, além, é claro, de conhecer brevemente sobre características da turma. Ao concluir a aula, será entregue aos alunos o texto: McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). A agenda-setting function of mass media. <i>Public Opinion Quarterly</i> , 36(2), 176-187. Para leitura das páginas 176-187. O texto será base da próxima aula.
Recursos materiais	Computador; acesso a internet; projeção.
Avaliação	Nesta primeira aula os alunos não serão avaliados.
Referências	McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). An agenda-setting function of mass media. <i>Public Opinion Quarterly</i> , 36(2), 176-187.

6.6. Alfabetização Político-Midiática 2/6

Alfabetização político-midiática – Proposta plano de aula 2/6	
Público-alvo: Alunos de graduação de universidades públicas e privadas Número de aula: 01 aula de 60 minutos	
Tema:	O papel da mídia na formação da opinião pública
Conteúdo:	

	Agenda-setting, os tipos de mídias disponíveis hoje, o impacto delas no dia a dia da sociedade e quais os aspectos de um conteúdo informativo.
Objetivo	Incentivar os alunos a desenvolver a criticidade e entender que a mídia influencia a formação da opinião pública. Compreender o papel dela na sociedade e os mecanismos pelos quais molda as percepções.
Metodologia	<p>A aula iniciará com a exibição da projeção, na qual por tópicos, o professor irá enumerar e explicar as principais teorias que explicam o papel da mídia e sua influência na sociedade como:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Agenda-setting, framing (enquadramentos); - O que é notícia?; - Diferença de artigo, coluna, opinião, matéria e reportagem dentro do jornalismo; - Cases relevantes de como a mídia influenciou a opinião ao longo dos últimos anos; - Jornalismo tradicional e as novas mídias (redes sociais); <p>Após este momento, o professor conversa com os alunos sobre a leitura do texto anterior, guiado pelas seguintes questões:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Qual a percepção teve da leitura? - A partir do texto, vocês acreditam que a mídia tem influência na opinião pública? Justifique. - Como poderíamos aplicar a teoria da Agenda-setting atualmente? <p>Ao final do debate, indique aos alunos o filme: McKay, A. (Diretor). (2021). Não Olhe Para Cima [Filme]. Netflix.</p>
Recursos materiais	Computador; acesso a internet; projeção; caixa de som.
Avaliação	Leitura do texto e participação dos alunos durante o debate.
Referências	<p>McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). A agenda-setting function of mass media. <i>Public Opinion Quarterly</i>, 36(2), 176-187.</p> <p>McKay, A. (Diretor). (2021). Não Olhe Para Cima [Filme]. Netflix.</p>

Descrição das atividades da aula “O Papel da mídia na formação da opinião pública

Atividade 1 – para alunos do Brasil e Portugal (20 minutos): Escolha um evento recente e relevante para análise, como o exemplo abaixo. Pode ser uma eleição, protesto, crise política ou cobertura de guerra. Divida a turma em quatro grupos e peça para que eles encontrem a mesma notícia em outros jornais.



Figura 1 – Notícia da Agência de Notícias de Portugal (Lusa)⁵³

Peça que leiam os artigos e identifiquem elementos-chave, como tom, escolha de palavras e ênfases. Apresentem as questões como as listadas abaixo para que respondam e possam dialogar com a turma.

- Como a cobertura midiática aborda o evento em questão?
- Há alguma evidência de viés na linguagem utilizada?
- Quais aspectos do evento são destacados ou omitidos em cada fonte?

6.7. Alfabetização político-midiática 3/6

Alfabetização político-midiática 3/6	
Público-alvo: Alunos de graduação de universidades públicas e privadas	
Número de aula: 01 aula de 60 minutos	
Tema:	Educação político-midiática
Conteúdo:	Introdução à Educação Político-Midiática; Mídia e Opinião Pública Mídias Sociais e Política; Educação Midiática e Cidadania.

⁵³ *Washington diz que desconhecia plano de ataques do Hamas em Israel.* (2023). <https://www.lusa.pt/international/article/2023-12-03/41945900/washington-diz-que-desconhecia-plano-de-ataques-do-hamas-em-israel> acesso em 2 de dez. de 2023.

Objetivo	Explorar os conceitos fundamentais da educação político-midiática, destacando a interação e dinâmica entre política e mídia, e fornecer ferramentas para analisar criticamente as mensagens midiáticas; Desenvolver habilidades para consumir e produzir conteúdo midiático politicamente informado; Explorar as teorias e conceitos fundamentais da educação político-midiática;
Metodologia	A aula será expositiva, ou seja, o professor preparará projeção com os tópicos do conteúdo e irá explicá-los para a turma. Introdução à Educação Político-Midiática: - Definições e conceitos básicos. - História e evolução da mídia e sua relação com a política. Mídia e Opinião Pública: - Influência da mídia na formação da opinião pública. - Polarização política e mídia. Mídias Sociais e Política: - O papel das redes sociais na disseminação de informações políticas. - Fake News e desinformação. Educação Midiática e Cidadania: - Alfabetização midiática e informacional. - Práticas de consumo crítico de mídia. - Criação de conteúdo político responsável. Ao final da exposição, aplicar as atividades para debaterem o conteúdo da aula.
Recursos materiais	Computador; acesso a internet; projeção; caixa de som.
Avaliação	Participação dos alunos durante o debate
Referências	Tavlin, N. (2015, 18 de setembro). Como se espalham as notícias falsas [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=cSKGa_7XJkg&t=1s Café da Manhã. (Folha de São Paulo). (2022, Fevereiro 11). O abismo da polarização e a reconciliação possível [Podcast]. Folha de São Paulo. Spotify. https://open.spotify.com/episode/3NMkxBRnXxmDIa1GkiZfZ0?si=e782206d0f914363

Descrição das atividades da aula “Educação político-midiática”. Elaboração própria.

Atividade 1 – para alunos do Brasil e de Portugal (20 minutos): Utilizando projeção, o professor exibirá para a turma notícias divulgadas em jornais sobre decisões tomadas por instituições democráticas do país. No entanto, ocultará qual

órgão tomou a decisão. Após a leitura, os alunos discutirão qual foi a instituição responsável pela medida, sendo instigados a justificar o seu ponto de vista. Ao fim da discussão, o professor revelará o nome ocultado.

Alunos brasileiros:



Figura 2 – Notícia online do Jornal Folha de São Paulo⁵⁴

Palavras ocultas: Governo, Ministério da Gestão, governo, presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT).

Alunos portugueses:



Figura 3 – Notícia online do jornal “SIC Notícias”

⁵⁴ Machado, R. (2023). *Governo recua e nova carteira de identidade volta a ter campo de sexo e distinção de nome social*. Folha de SP. <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2023/12/governo-recua-e-nova-carteira-de-identidade-volta-a-ter-campo-de-sexo-e-distincao-de-nome-social.shtml> acesso em 2 de dez. de 2023.

Palavra ocultada: Costa (primeiro-ministro de Portugal).

6.8 Alfabetização político-midiática - Proposta plano de aula 4/6

Alfabetização político-midiática – Proposta plano de aula 4/6	
Público-alvo: Alunos de graduação de universidades públicas e privadas	
Número de aula: 01 aula de 60 minutos	
Tema:	Desafios e oportunidades para a democracia
Conteúdo:	Breve introdução sobre a importância da democracia como sistema político. Apresentar o tema central desafios e oportunidades para a democracia.
Objetivo	Desenvolver nos alunos a importância de se pensar no sistema democrático e como ele impacta o dia a dia dos cidadãos. Promover a criticidade de observar o que pode ser melhorado e como, e como a democracia pode ser construída.
Metodologia	Comece a aula pedindo aos alunos que apresentem, em uma roda de conversa, os apontamentos feitos após ouvirem o episódio sugerido na aula anterior e apresentem os exemplos de polarizações políticas. Faça um gancho com as aulas até aqui ministradas (o papel midiático, a educação e os desafios na política). Após essa parte, inicie um debate dirigido, na qual os alunos podem contribuir com ideias do que é democracia, quais os principais desafios e as oportunidades. Apresente como se deu a construção democrática no país em questão (Brasil, Portugal). Promoção de conversas que contribuam com ideias de como pensar em uma democracia saudável e como mantê-la. Realizar debates estruturados em cima de temas como polarização política, desinformação e participação cívica digital.
Recursos materiais	Computador; acesso a internet; projeção; caixa de som.
Avaliação	Participação dos alunos durante o debate. Análise do episódio do podcast.
Referências	

Descrição das atividades da aula “Desafios e oportunidades para a democracia”. Elaboração própria.

Atividade 1 - para alunos do Brasil e Portugal (10 minutos): Solicite que apresentem os pontos observados no podcast “O abismo da polarização e a reconciliação possível”, solicitado na aula anterior, e apresentem os exemplos das polarizações observadas.

Atividade 2 – para alunos do Brasil (30 minutos): Professor(a), instrua seus alunos para a encenação de um governo democrático. Faça uma votação para escolher presidente, governador e três alunos como senadores e três alunos com deputados

federais. Escolha um aluno como representante de um movimento social, e os demais serão eleitores. Apresente dilemas e decisões relacionados à democracia e peça para que cada personagem desenvolva um discurso respeitando sua posição e seu poder de decisão dentro do quadro democrático.

Atividade 2 – para alunos de Portugal (30 minutos): Professor(a), instrua seus alunos para a encenação de um governo democrático. Faça uma votação para escolher presidente, primeiro-ministro, presidente de Câmara e três alunos deputados. Escolha um aluno como representante de um movimento social, e os demais serão eleitores. Apresente dilemas e decisões relacionados à democracia e peça para que cada personagem desenvolva um discurso respeitando sua posição e seu poder de decisão dentro do quadro democrático.

Encerramento: Peça aos seus alunos que observem, dentro das redes sociais de cada um, se encontram notícias falsas. Caso tenham, levar para a próxima aula para debate.

6.9 Alfabetização político-midiática - Proposta plano de aula 5/6

Alfabetização político-midiática – Proposta plano de aula 5/6	
Público-alvo: Alunos de graduação de universidades públicas e privadas	
Número de aula: 01 aula de 60 minutos	
Tema:	Fake News e desinformação
Conteúdo:	Definição de fakes news e desinformação, impacto das fakes news, causa e propagação.
Objetivo	Compreender o conceito de fake news e desinformação. identificar as principais características das fakes news. Analisar os impactos das fake news na sociedade e na democracia.
Metodologia	Aula expositiva, em que a classe terá contato com os seguintes tópicos: Definição de fakes news e desinformação: - Apresentar exemplos e quais as principais características; Impacto das fakes news - Como as fakes news podem influenciar a opinião pública; - Quais as consequências delas para a democracia e para a sociedade; Causa e propagação: - Principais motivos para a criação e propagação de fake news; - Mecanismos de propagação: redes sociais, algoritmos, bolhas de filtro; - Como identificar fake news: dicas e ferramentas. - Apresentar as principais agências de checagens, como: Brasil: Agência Lupa; Boatos.Org; Agência Aos Fatos. Portugal: Observador; Polígrafo; A Prova dos Factos.

Recursos materiais	Computador; acesso a internet; projeção; caixa de som.
Avaliação	Leitura do texto e participação dos alunos durante o debate.
Referências	

Descrição das atividades da aula “Fake News e desinformação”. Elaboração própria.

Atividade 1 – alunos do Brasil e de Portugal (30 minutos) - Professor (a), peça aos alunos que encontraram notícias falsas em suas redes sociais (material solicitado na aula anterior), possa exibir para os outros colegas da turma. Solicite aos alunos que participem identificando o que é faz daquela notícia um conteúdo falso. Logo após apresente sites de checagem de notícias.

Brasil: Agência Lupa; Boatos. Org; Agência Aos Fatos.

Portugal: Observador; Polígrafo; A Prova dos Factos.

Atividade 2 – alunos do Brasil e de Portugal (15 minutos) – Faça uma roda de conversa na qual os alunos possam debater como uma informação falsa pode ser evitada.

Sugestão: Caso seja possível, convide um profissional, de alguma agência de checagem, como as listadas acima, para um bate-papo com os alunos. A conversa pode ser realizada na próxima aula, ou no final do semestre.

Encerramento: Finalize a aula lembrando alguns tópicos importantes da lição e encoraje os alunos a participação ativa no combate ao compartilhamento de desinformação. Por fim, peça que tragam para a próxima aula computadores portáteis.

6.10 Alfabetização político-midiática - Proposta plano de aula 6/6

Alfabetização político-midiática – Proposta plano de aula 6/6	
Público-alvo: Alunos de graduação de universidades públicas e privadas	
Número de aula: 01 aula de 60 minutos	
Tema:	Consequências políticas e sociais
Conteúdo:	Consequências políticas e consequências sociais.
Objetivo	Compreender as consequências políticas das fake news e desinformação; Explorar casos de estudo e exemplos reais das consequências políticas e sociais das fake news; Discutir estratégias para mitigar essas consequências.

Metodologia	<p>Aula expositiva, em que a classe terá contato com os seguintes tópicos:</p> <p>Consequências Políticas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Como as fakes news podem influenciar eleições e processos políticos. - Debate sobre a deslegitimação de instituições políticas devido à desinformação. <p>Consequências Sociais</p> <ul style="list-style-type: none"> - Impacto das fakes news na sociedade, polarização e divisões sociais. - Casos de estudo sobre como as fakes news podem incitar violência ou conflitos.
Recursos materiais	Computador; acesso a internet; projeção; caixa de som.
Avaliação	Participação dos alunos durante o debate.
Referências	

Descrição das atividades da aula “Consequências políticas e sociais”.
Elaboração própria.

Atividade 1 – alunos do Brasil e de Portugal (30 minutos) - Divida os alunos em grupos e peça que desenvolvam uma campanha de conscientização sobre os perigos das fake news, destacando as consequências políticas e sociais. Cada grupo pode criar materiais como pôsteres, vídeos curtos ou posts que poderiam ser publicados nas redes sociais.

Bibliografia base para a disciplina

- Arendt, H. (2016). *A Condição Humana*. Forense Universitária.
- Arendt, H. (2022). *Entre o Passado e o Futuro*. Perspectiva.
- Aristóteles. (2019). *Política*. Edipro.
- Bobbio, N. (2000). *Teoria Geral da Política*. GEN Atlas.
- Buckingham, D. (2003). *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Polity Press.
- Castells, M. (2019). *Ruptura: A crise da democracia liberal*. Zahar.
- Dahl, R. (1997). *A Poliarquia: Participação e Oposição*. Edusp.
- Fillip, B. (2007). *Digital Citizenship: The Internet, Society, and Participation*. MIT Press.
- Foucault, M. (2014). *Vigiar e Punir*. Vozes.
- Foucault, M. (2021). *Microfísica do Poder*. Paz & Terra.
- Fukuyama, F. (2015). *O Fim da História e o Último Homem*. Rocco.

- Jolls, T., Wilson, C., & Vincent, C. (2011). *The Teacher's Guide to Media Literacy: Critical Thinking in a Multimedia World*. Corwin Publishers.
- Habermas, J. (2012). *Teoria do Agir Comunicativo*. WMF Martins Fontes.
- Habermas, J. (2019). *A Ética da Discussão e a Questão da Verdade*. WMF Martins Fontes.
- Held, D. (2008). *Modelos de Democracia*. Zeta.
- Hobbes, T. (2014). *Leviatã*. Martin Claret.
- Huntington, S. P. (Ano de Publicação). *O Choque de Civilizações e a Reconfiguração da Ordem Mundial*. Nome da Editora.
- Kunelius, R., Nordenstreng, K., & Lauk, E. (1998). *Theories of Communication: A Short Introduction*. Sage Publications Ltd.
- Locke, J. (2014). *Segundo Tratado sobre o Governo Civil*. Edipro.
- Maquiavel, N. (2018). *O Príncipe*. Edipro.
- Marx, K. (2014). *O Capital*. Veneta.
- Marx, K. (2021). *Manifesto Comunista*. Paz & Terra.
- Mill, J. S. (2016). *Sobre a Liberdade*. L&PM.
- Montesquieu. (2011). *O Espírito das Leis*. Nova Fronteira.
- Rousseau, J.-J. (2018). *Do Contrato Social*. Edipro.
- Walzer, M. (2003). *Esferas da Justiça*. WMF Martins Fontes.
- Weber, M. (2021). *A Política como Vocação*. Vozes.
- Weber, M. (2022). *Economia e Sociedade*. Edições 70.

Bibliografia complementar para a disciplina

- Hobbs, R. (2003). *Media Education Across Europe*. Routledge.
- Hobbs, R. (2011). *Digital and Media Literacy: Connecting Culture and Classroom*. Corwin Publishers.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
- Jenkins, H. (2018). *By Any Media Necessary: The New Youth Activism*. New York University Press.

7. Conclusão

Neste trabalho, buscou-se compreender o universo da alfabetização midiática e seu impacto no cotidiano das pessoas, utilizando literatura, estudos, pesquisas e exemplos como base. A proposta é destacar a importância da educação como uma chave fundamental para a construção de uma sociedade mais consciente e cidadã. Observou-se que a implementação de políticas públicas direcionadas ao ensino contribui para o fortalecimento democrático, evidenciando-se na confiança dos cidadãos nas instituições.

Durante alguns anos, alunos do curso de jornalismo foram habituados a ouvir que a imprensa é considerada o quarto poder, seguindo o executivo, legislativo e judiciário. Tradicionalmente encarregada de fiscalizar, investigar e cobrar, a imprensa tem perdido espaço para as redes sociais online.

O que estamos assistindo é a emergência de um novo ator dentro da arena da comunicação pública e que pode vir a disputar espaços com a mídia convencional. Se o Quarto Poder era conformado basicamente por empresas e indústrias ligadas à produção jornalística, o Quinto Poder seria um aglomerado difuso dos novos produtores independentes de notícias e informações (Castilo, 2010, n.p).⁵⁵

Diante do protagonismo crescente das redes sociais, torna-se urgente a necessidade de os governos direcionarem sua atenção para além das propostas até aqui. Além da regulamentação e das medidas de educação midiática, é crucial implementar ações mais assertivas. Essas ações visam combater cenários permeados por ódio e desinformações não apenas por meio da legislação, mas sobretudo, através da educação.

A proposta de incluir um plano de aula político-midiático nas instituições de ensino superior de Portugal e do Brasil, pode parecer ambiciosa. No entanto, após os meses de estudo sobre o assunto, deveria ser considerada a elaboração de um plano de governo que tenha a preocupação com a literacia ou a alfabetização da sociedade para o uso dentro das redes sociais. Se parte da elite política, defensora da democracia, realmente acredita nela e enxerga neste sistema político uma das possibilidades para viver em sociedade, é crucial ter um olhar atento para a questão, da mesma forma que possuem para a área econômica e da saúde por exemplo.

Acredita-se que uma das maneiras possíveis de impedir a eleição de candidatos que disseminam conteúdos falsos, atacam a produção científica ou propagam teorias conspiratórias seja através da implementação de políticas públicas que abranjam a educação político-midiática. Quando políticos agem dessa maneira, contribuem para o aumento da polarização e para a eliminação do diálogo no ambiente político, o que contradiz as definições de democracia.

Este estudo tem como objetivo contribuir para a discussão sobre como as políticas

⁵⁵ Castilo, C (2010). Depois do Quarto, surge agora o Quinto Poder, <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/codigo-aberto/depois-do-quarto-surge-agora-o-quinto-poder/>. Acesso em 2 de dezembro de 2023

públicas podem abranger a educação político-midiática. Propõe o desenvolvimento de uma disciplina que ajude os alunos a compreenderem os mecanismos por trás de uma notícia online, a identificarem fake news e teorias conspiratórias, mas também a entenderem os conceitos básicos que moldam a política, como a definição de um governo democrático e suas diferenças em relação a outros tipos de governo. Destaca a importância da manutenção do diálogo e do respeito a ideias diferentes.

Resumidamente, esta dissertação versou sobre as relações entre alfabetização midiática, jornalismo, redes sociais e a formação das bolhas afetivas. No último, tendo como gancho a Finlândia, a pesquisa apresentou um plano de aula que destacou os principais tópicos, enquanto sugestões. Como bem definido por escritores e cientistas políticos, a democracia é um governo pensando na condição que os cidadãos participam ativamente. Sendo assim, para que a participação se torne efetiva e construtiva, é necessário, previamente, um ensino para compreender os quadros políticos desenhados.

Destaca-se a importância da introdução da disciplina de 'alfabetização política-midiática' no currículo acadêmico, promovendo o desenvolvimento do letramento político e digital dos estudantes. Como direção para futuras investigações, sugere-se a realização de estudos que envolvam questionamentos diretos a diretores de faculdade e docentes sobre a pertinência e implementação prática desta disciplina. Entender a perspectiva administrativa e docente pode fornecer insights valiosos sobre os desafios e benefícios associados à introdução dessa temática nas instituições de ensino superior."

Todo o tempo dedicado às leituras e discussões relacionadas a este trabalho contribuiu para o entendimento do assunto em destaque. É importante ressaltar que a discussão não se encerra aqui. O tema possui potencial para gerar novas séries de assuntos, e espera-se que este trabalho possa subsidiar outras discussões e descobertas futuras sobre a alfabetização político-midiática.

8. Referências Bibliográficas

- Abelha, L. B. G. (2016). Redes sociais e empoderamento cidadão. *Paco e Littera*.
- Abella, L. B. G., & Pedrosa, C. E. F. (2013). Decisão judicial e pressão cidadã: Uma análise crítica do “Fora Micarla”. *Cadernos de Linguagem e Sociedade*, 14(2), 74–93. <https://doi.org/10.26512/les.v14i2.9214>
- Alencar, M. T. (2020). Da Pós-Verdade a Pós-Imprensa: A Crise Do Jornalismo Na Era Da Desinformação. *Cadernos Cajuína*, 5(1), 88–101
- Almeida, G. L. M. (2022). A escola com um olhar voltado para a educação midiática: Reflexão sobre as fakes news. *Educationis*, 10(1), 33–39. <https://doi.org/10.6008/CBPC2318-3047.2022.001.0004>
- Amaya, D., Rivera-Rogel, D., & Carrión-Salinas, G. (2022). Alfabetización mediática como estrategia para contrarrestar las fake news. (Spanish). *CISTI (Iberian Conference on Information Systems & Technologies / Conferência Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação) Proceedings*, 17, 1–7.
- Amichai-Hamburger, Y., McKenna, K. Y. A., & Tal, S.-A. (2008). E-empowerment: Empowerment by the Internet. *Computers in Human Behavior*, 24(5), 1776–1789. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2008.02.002>
- Amichai-Hamburger, Y., McKenna, K. Y. A., & Tal, S.-A. (2008). E-empowerment: Empowerment by the Internet. *Computers in Human Behavior*, 24(5), 1776–1789. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2008.02.002>
- Aparecida Baccega, M. (2010). Comunicacion/educacion: relaciones con el consumo. La importancia para la constitucion de la ciudadanía. *Comunicacao, Midia E Consumo*, 7(19), 49+. <https://link.gale.com/apps/doc/A339636945/IFME?u=googlescholar&sid=googleScholar&xid=972f222d>
- Baccega, A. M. (2010). Comunicacion/educacion: relaciones con el consumo. La importancia para la constitucion de la ciudadanía. *Comunicacao, Midia E Consumo*, 7(19), 49+. <https://link.gale.com/apps/doc/A339636945/IFME?u=googlescholar&sid=googleScholar&xid=972f222d>
- Baptista, J. (2020). Quem consome Fake News? Uma análise comparativa do efeito da ideologia política Esquerda-Direita na crença, interpretação e divulgação. [10.13140/RG.2.2.35891.04646](https://doi.org/10.13140/RG.2.2.35891.04646).
- Bardoel, J. & Deuze, M. (2001) ‘Network journalism: Converging competences of media professionals and professionalism’ in *Australian Journalism Review* 23(2): 91-103
- Ferreira, G. C. (2011). Redes Sociais de Informação: Uma história e um estudo de caso. *Perspectivas em Ciência da Informação*, 16(3), 208–231. <https://doi.org/10.1590/S1413-99362011000300013>
- Bartlett, J. (2014). Populism, social media and democratic strain. In C. Sandelind (Ed.), *European populism and winning the immigration debate* (pp. 99–116). Fores.
- Bastos, M., Raimundo, R., & Travitzki, R. (2013). Gatekeeping Twitter: message

diffusion in political hashtags. *Media, Culture & Society*, 35(2), 260-270. [1][1][1]Mudde, C. (2017). *Populism: A Very Short Introduction*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/actrade/9780190234874.001.0001>

Brites, M. J., & Francisco, K. C. (2011). Internet e celulares como espaço de risco: a relevância da

Brites, M. J., & Francisco, K. C. (2011). Internet e celulares como espaço de risco: a relevância da literacia midiática. *Lumina*, 5(2). <https://doi.org/10.34019/1981-4070.2011.v5.20995>

Brites, M. J., & Francisco, K. C. (2011). Internet e celulares como espaço de risco: a relevância da literacia midiática. *Lumina*, 5(2). <https://doi.org/10.34019/1981-4070.2011.v5.20995>

Bruno, F. (2013). *Máquinas de ver, modos de ser: vigilância, tecnologia e subjetividade*. (1ª ed.). Sulina.

Buckingham, D. (2019). *The Media Education Manifesto*. (1 ed.). Polity Press.

Calixto, D., Luz-Carvalho, T. G., & Citelli, A. (2020). David Buckingham: A Educação Midiática não deve apenas lidar com o mundo digital, mas sim exigir algo diferente. *Comunicação & Educação*, 25(2), 127–137. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v25i2p127-137>

Callegari, J. A. (2023). Morte e vida democrática: Autoritarismo e resistência democrática. *Logeion: Filosofia da Informação*, 9(2), 32–50. <https://doi.org/10.21728/logeion.2023v9n2.p32-50>

Carlsson, U. (Ed.). (2008). *Empowerment through media education: An intercultural dialogue*. International Clearinghouse on Children, Youth and Media, Nordicom, Göteborg University. <https://milobs.pt/wp-content/uploads/2021/11/Empowerment-Through-Media-Education-An-Intercultural-Dialogue.pdf>

Castells, M. (1999). *A sociedade em rede*. Paz e Terra.

Castells, M. (2013). *Redes de Indignação e Esperança: Movimentos Sociais na Era da Internet*. Zahar

Castells, M. (2018). *Ruptura. A Crise da Democracia Liberal*. Zahar.

Costa, R. M. D. B., & Carvalho, C. P. D. (2021). Jornalismo e redes sociais: Novas práticas e reconfigurações. *Comunicação & Informação*, 24. <https://doi.org/10.5216/ci.v24.62507>

Cunha, J. R. (2022). Agonistic Democracy as Opposed to Political Narcissism: Against Hatred as a Way of Doing Politics. *Revista Opinião Jurídica*, 20(33), 83-102–102. <https://doi.org/10.12662/2447-6641OJ.V20I33.P83-102.2022>

D’Ancona, M. (2018). *Pós-verdade: A nova guerra contra os fatos em tempos de fake news*. Companhia das Letras.

Damáso, M., J. (2001). *Novas literacias, novas ferramentas educativas*. Repositório Científico Lusófona. 1(14).59-68.

https://recil.ensinolusofona.pt/bitstream/10437/602/1/damasio_literaciasferramentaseducativas_%231de1.pdf

Dantas, J. B. A., Pinheiro, E. B. B., Silva, V. P. B. D., Beltrame, V., & David, H. E. (2018). Crise, Precarização e Mudanças Estruturais no Jornalismo: Reflexões Sobre Tendências Teóricas. *Mediapolis – Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público*, 5, 39–49. https://doi.org/10.14195/2183-6019_5_3

Davies, D., Marques, R. e Silva, P. (1993), *Os Professores e as Famílias: colaboração Possível*. Lisboa: Livros Horizonte.

Democracia digital, comunicação política e redes : teoria e prática / Sivaldo Pereira da Silva; Rachel Callai Bragatto e Rafael Cardoso Sampaio – Rio de Janeiro: Folio Digital: Letra e Imagem, 2016.

Fialho Dias, M. S., *O jornal impresso na era digital : a pratica do design como disciplina potenciadora de novos formatos e significados. - Lisboa : FA, 2021. Dissertação de Mestrado*

Empoli, G., *Os engenheiros do caos / Giuliano Da Empoli ; tradução Arnaldo Bloch. - 1. ed. -- São Paulo : Vestígio, 2019.*

Fantin, M. (2011). *Mídia-educacão: Aspectos históricos e teórico-metodológicos. Olhar de Professor*, 14(1), 27–40. <https://doi.org/10.5212/OlharProfr.v.14i1.0002>

Fantin, M. (2011). *Mídia-educacão: Aspectos históricos e teórico-metodológicos. Olhar de Professor*, 14(1), 27–40. <https://doi.org/10.5212/OlharProfr.v.14i1.0002>

Ferrari, P. (2018). *Como sair das bolhas. Educ Armazém da Cultura.*

Freire, P. (1987). *Pedagogia do Oprimido (17ª ed.)*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
Freire, P. (2001). *Política e Educação: Ensaios (5ª ed.)*. São Paulo: Cortez. (Coleção Questões de Nossa Época; v. 23)

Freire, P. (1997). *Pedagogia da Autonomia: Saberes Necessários à Prática Educativa*. São Paulo: Paz e Terra.

Furnival, A. C. M., & Santos, T. (2020). *Desinformação e as fakes news: Apontamentos sobre seu surgimento, detecção e formas de combate. Conexão comunicação e cultura*, 18(36), 72–93. <https://doi.org/10.18226/21782687.v19.n36.05>

Gonçalves, A. (2020). *A adaptação da imprensa regional aos dispositivos móveis. In Jerónimo P. & Correia, J. C. (Orgs.), O pulsar da proximidade nos media e no jornalismo (pp. 83 – 101). LabCom. https://www.labcom.ubi.pt/ficheiros/202007271630-o_pulsar_da_proximidade_nos_media_e_no_jornalismo_digital.pdf*

Grizzle, A. (2016). *Alfabetização midiática e informacional: diretrizes para a formulação de políticas e estratégias. UNESCO.*

Grizzle, A. (2016). *Alfabetização midiática e informacional: diretrizes para a formulação de políticas e estratégias. Brasília. UNESCO. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000246421*

Grizzle, Alton^[SEP]Alfabetização midiática e informacional: diretrizes para a formulação de políticas e estratégias / Alton Grizzle, Penny Moore, Michael Dezuanni e outros. – Brasília : UNESCO, Cetic.br, 2016. 204

Halperin, E. (2014). *Emotion, Emotion Regulation, and Conflict Resolution. Emotion Review*, 6(1), 68-76. <https://doi.org/10.1177/1754073913491844>

Han, B.C: digitalização e a crise da democracia / Byung-Chul Han; tradução de Gabriel S. Philipson. – Petrópolis, RJ : Vozes, 2022.

Han, B.C (2018). No enxame perspectivas do digital (1ª ed.). Vozes.

Hissa, D., & Araújo, N. (2021). Infodemia na sociedade do desempenho: Entre o mural panfletário e o panóptico digital. *Revista Brasileira de Linguística Aplicada*, 21(4), 1011–1035. <https://doi.org/10.1590/1984-6398202117906>

Hobbs, R., & Jensen, A. (2009). The Past, Present, and Future of Media Literacy Education. *Journal of Media Literacy Education*. <https://doi.org/10.23860/jmle-1-1-1>

Hobbs, R., & Jensen, A. (2009). The Past, Present, and Future of Media Literacy Education. *Journal of Media Literacy Education*. <https://doi.org/10.23860/jmle-1-1-1>

Hobbs, R., & Jensen, A. (2009). The Past, Present, and Future of Media Literacy Education. *Journal of Media Literacy Education*, 1(1), 1-11.

Jenkins, H. (2009). *Cultura da Convergência*. Editora Aleph.

Kakutani, M. (2018). *A morte da verdade*. HarperCollins Publishers Limited.

Lapa, A & Bartolomé, A & Menou, M. (2019). Empoderamento e educação na cultura digital. *Revista Educação e Cultura Contemporânea*. 16. 10.5935/reeduc.v16i43.5800.

Lazzarato, M. (2019). *Fascismo ou Revolução: o neoliberalismo em chave estratégica*. São Paulo

Leal, B., Jácome, P. & Manna, N. (jul./dez. de 2014). A “crise” do Jornalismo: o que ela afirma, o que ela esquece. [Conference Session]. Encontro Nacional de História da Mídia, São Paulo. https://www.academia.edu/24212785/A_crise_do_jornalismo_o_que_ela_afirma_e_o_que_ela_esquece

Fortunati, L. (2014) Media Between Power and Empowerment: Can We Resolve This Dilemma?, *The Information Society: An International Journal*, 30:3, 169-183, DOI: 10.1080/01972243.2014.896

Levitsky, S., & Ziblatt, D. (2018). *Como as Democracias Morrem*. São Paulo: Zahar.

Levitsky, S., Ziblatt, D., (2018). *Como as Democracias Morrem*. Tradução Renato Aguiar. Rio de Janeiro. Zahar.

Lévy, P. (1999). *Cibercultura*. (1ª ed.). Editora 34.

literacia midiática. *Lumina*, 5(2). <https://doi.org/10.34019/1981-4070.2011.v5.20995>

Livingstone, S. (2011). Media literacy: Ambitions, policies and measures. <https://www.cost.eu/publication/media-literacy-ambitions-policies-and-measures/>

Lopes, P. C. (2011). Literacia(s) e literacia mediática. *Centro de Investigação e Estudos de Sociologia* <http://hdl.handle.net/10071/2973>

Lopes, P. C. (2015). Literacia mediática e cidadania: Uma relação garantida? *Análise Social*, 50(216), 546–580

Luce, B. F., Soares, L., & Estabel, L. B. (2021). A Alfabetização Midiática e Informacional: a produção científica em repositórios e bases de dados abertas da

América Latina, Portugal e Espanha . Páginas a&b: Arquivos E Bibliotecas, 135–151. Obtido de <https://ojs.letras.up.pt/index.php/paginasae/article/view/10537>

Luce, B. F., Soares, L., & Estabel, L. B. (2021). A Alfabetização Midiática e Informacional a produção científica em repositórios e bases de dados abertas da América Latina, Portugal e Espanha. Páginas a&b Arquivos & Bibliotecas, 16, 135–151. <https://doi.org/10.21747/21836671/pag16a8>

Marquette, C. R. (2020). Distinguindo conceitos de educação para mídia. Alfabetização midiática como objetivo. Educação, Cultura e Comunicação, 11(22), 201-212. <http://fatea.br/seer3/index.php/ECCOM>

Marquette, C., R., (2020). Distinguindo conceitos de educação para mídia: Alfabetização midiática como objetivo. ECCOM, 11(22), 201–212.

Martín-Barbero, J. (2000). Desafios Culturais da Comunicação à Educação. Comunicação&Educação, São Paulo, [18]: (p. 51-61).

Martins, C. A. A. (2012). Quem Educa? A Relação Família/Escola. Educação, Sociedade e Cultura, nº 37, 89-107. https://www.fpce.up.pt/ciie/sites/default/files/ESC37_E_Martins.pdf

Martinuzzo, J. A. (2023). Ciberbarroco: biopoder na digitalidade. (1º ed.). Mauad X.

Mauricio, P. (2017a). A desintegração do modelo de negócios do jornalismo e tentativas para financiar reportagens de qualidade na internet. ALCEU, 17(35), 62–78. <https://doi.org/10.46391/ALCEU.v18.ed35.2017.119>

McKay, S., & Tenove, C. (2021). Disinformation as a Threat to Deliberative Democracy. Politics and Religion, 74(3), 703–717. <https://doi.org/10.1177/10269529210993280194383143>

Mounk, Y. (2019). O povo contra a democracia. Por que a nossa liberdade corre perigo e como salvá-la. Companhia das Letras.

Neto, I. E. C. M. (2017). As multiplataformas informativas: os desafios que as redes de media social e os periféricos móveis colocam no campo do jornalismo [Tese de doutoramento, Universidade do Minho].

O’Neil, C. (2020). Algoritmos de Destruição em Massa. São Paulo. Editora Rua do Sabão.

Oliveira, M. M., & Giacomazzo, G. F. (2017). Educação e cidadania: Perspectivas da literacia digital crítica. EccoS – Revista Científica, 43, 153–174. <https://doi.org/10.5585/eccos.n43.7393>

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

Pase, A. F.; Pellanda, E. C.; Cunha, M. R. (2019). Jornalismo em forma de app: a ruptura na hierarquia. In Canavilhas, J.; Rodrigues, C. & Giacomelli, F. (Orgs.), Narrativas jornalísticas para dispositivos móveis (pp. 15-23). LabCom.IFP. https://www.labcom.ubi.pt/ficheiros/201904041416-201902_narrativasjornalisticas_jcanavilhascrodriguesfgiacomelli.pdf

Pase, A. F.; Pellanda, E. C.; Cunha, M. R. (2019). Jornalismo em forma de app: a ruptura na hierarquia. In Canavilhas, J.; Rodrigues, C. & Giacomelli, F. (Orgs.), Narrativas jornalísticas para dispositivos móveis (pp. 15-23). LabCom.IFP. <https://www.labcom.ubi.pt/ficheiros/201904041416->

201902_narrativasjornalisticas_jcanavilhascrodriguesfgiacomelli.pdf

Pasquale, F. (2016). *The black box society: The secret algorithms that control money and information* (First Harvard University Press paperback edition). Harvard University Press.

Pedrosa, C. B., & Baracho Júnior, J. A. D. O. (2021). Algoritmos, bolha informacional e mídias sociais: Desafios para as eleições na era da sociedade da informação. *Revista Thesis Juris*, 10(1), 148–164. <https://doi.org/10.5585/rtj.v10i1.18159>

Pedrosa, C. B., & Baracho Júnior, J. A. D. O. (2021). Algoritmos, bolha informacional e mídias sociais: Desafios para as eleições na era da sociedade da informação. *Revista Thesis Juris*, 10(1), 148–164. <https://doi.org/10.5585/rtj.v10i1.18159>

Frazão, A. (2019). Capitalismo de vigilância e black box society. *Jota*. <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/constituicao-empresa-e-mercado/capitalismo-de-vigilancia-e-black-box-society-28022019>

Penteado, C. L. de C., & Cruz Junior, B. G. (2020). Ação política na internet na era das redes sociais. *Ponto-E-Vírgula*, (26), 109–122. <https://doi.org/10.23925/1982-4807.2019i26p109-122>

Picanço, A. L. B. (2012). *A Relação Entre Escola E Família* [Masters thesis, Escola Superior de Educação João de Deus] Repositório Comum. <http://hdl.handle.net/10400.26/2264>

Pícaro Cerigatto, M. (2020). Promovendo A Literacia Midiática E Informacional No Contexto Emergente Da Desinformação: Proposta Para O Ensino Fundamental. *Revista Observatório*, 6(6), a4en. <https://doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2020v6n6a4pt>

Pícaro Cerigatto, M. (2020). Promovendo a literacia midiática e informacional no contexto emergente da desinformação: proposta para o ensino fundamental. *Revista Observatório*, 6(6), a4en. <https://doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2020v6n6a4pt>

Potnis, D., & Tahamtan, I. (2021). Hashtags for gatekeeping of information on social media. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 72(10), 1234–1246. <https://doi.org/10.1002/asi.24467>

Recomendação da Comissão, de 20 de Agosto de 2009, sobre literacia mediática no ambiente digital para uma indústria audiovisual e de conteúdos mais competitiva e uma sociedade do conhecimento inclusiva.

Recomendação da Comissão, de 20 de Agosto de 2009, sobre literacia mediática no ambiente digital para uma indústria audiovisual e de conteúdos mais competitiva e uma sociedade do conhecimento inclusiva. (n.d.).

Ressa, M. (2023). *Como fazer frente a um ditador. Ideias de Ler*.

Revista de Jornalismo ESPM. (2017). *Imprensa livre, Democracia forte*. Revista de Jornalismo ESPM (Edição Brasileira da Columbia Journalism Review), nº 20, 49 - 83.

Santos de Mattos, Fabricio. (2021). *Plataformização da notícias e consumo de informação: tendências do jornalismo em um novo ambiente informacional*.

Roxo, L. (2022). *Os desafios do jornalismo profissional no século XXI: Jornalismo em*

rede, deslegitimação e desinformação. *ALCEU*, 22(48), 33–63. <https://doi.org/10.46391/ALCEU.v22.ed48.2022.337>

Ruiz, A. J., Citelli, A. O., Montoya, A. N., Baccin, C., Murciano, M., Velasco, T. Q., de Lima, U., & Buonanno, M. (n.d.). Conselho Editorial Nacional.

Safatle, V. (2018). *O circuito dos afetos: Corpos políticos, desamparo e o fim do indivíduo*. Boitempo.

Sandel, M. (2023). *O Descontentamento da Democracia*. Presença. Batista, K. C. (2021). *O papel das redes sociais na comunicação política*:

Santaella, L. (2014). *Comunicação ubíqua: Repercussões na cultura e na educação*. Paulus Editora.

Santos Pessoa, L. Y., Vasconcelos Gusmão, C., Anselmo Tabosa De Andrade, L. D., Ferreira Neves, L., De Macedo Rodrigues, W., & Camara, M. A. (2023). Impactos do Efeito Filtro-Bolha no Engajamento de Fake News. *Boletim do Arquivo da Universidade de Coimbra*, 36(1), 77–105. https://doi.org/10.14195/2182-7974_36_1_3

Santos, M., *Por uma Outra Globalização*. Rio de Janeiro: Record, 2006 Martinuzzo, J. A. (2014). *Os públicos justificam os meios*. Summus.

Schiffrin, A. (2017). DISINFORMATION AND DEMOCRACY: THE INTERNET TRANSFORMED PROTEST BUT DID NOT IMPROVE DEMOCRACY. *Journal of International Affairs*, 71(1), 117–126. <https://www.jstor.org/stable/26494367>

Silva, A. S. da. (2022). Confrontando o Fascismo e o Totalitarismo e Defendendo a Democracia e as Políticas Públicas. *Revista Gestão & Políticas Públicas*, 12(2), I-XI. <https://doi.org/10.11606/rgpp.v12i2.207490>

Silveira, A. (2011). *Literacia, media e cidadania: actas do 1º congresso nacional*. Universidade do Minho, Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade.

Silveira, S. A. d., & Pretto, N. d. L. (2008). Além das redes de colaboração: Internet, diversidade cultural e tecnologias do poder. EDUFBA. <https://doi.org/10.7476/9788523208899>

Silvério, P., & Segurado, R. (2023). Digital, midiática e desigual: Caminhos para uma sociedade em rede que ainda precisa conectar, incluir e letrar. 14(27).

Soares, I. de O. (2014). Educomunicação e Educação Midiática: vertentes históricas de aproximação entre comunicação e educação. *Comunicação & Educação*, 19(2), 15–26. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v19i2p15-26>

Soares, I., O. (2014). Educomunicação e Educação Midiática: vertentes históricas de aproximação entre comunicação e educação. *Comunicação & Educação*, 19(2).

Sousa, M. D. C. E. D. (2015). Reconfigurações do jornalismo: Das páginas impressas para as telas de smartphones e tablets. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 12(1), 43. <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2015v12n1p43>

Spinelli, E. M. (2021). Comunicação, Consumo e Educação: Alfabetização midiática para cidadania. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 44(3), 127–143. <https://doi.org/10.1590/1809-58442021307>

Spinelli, E. M. (2021). Comunicação, Consumo e Educação: Alfabetização midiática para cidadania. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 44(3), 127–143. <https://doi.org/10.1590/1809-58442021307>

Suarez Pardo, M. M. (2020). Democracia Hackeada: Hacking, legitimidade e opinião pública. *Tensões Mundiais*, 16(30), 141–176.

<https://doi.org/10.33956/tensoesmundiais.v16i30.1563>

Sumpter, D. (2019). *Dominados Pelos Números: Do Facebook e Google às Fake News - Os Algoritmos Que Controlam Nossa Vida*. Bertrand Brasil Editora SA.

Tanriverdi, B. (n.d.). Analysis of Primary School Curriculum of Turkey, Finland, and Ireland in Terms of Media Literacy Education.

Tavares, P., & Buono, R. (2023, 4 de maio). Entre 2013 e 2023, número de usuários de internet no Brasil aumentou 78%. revista piauí. <https://piaui.folha.uol.com.br/entre-2013-e-2023-numero-de-usuarios-de-internet-no-brasil-aumentou-78/>

Teixeira, M. B., Empoderamento de idosos em grupos de promoção da saúde. 2002. 144 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia). Fiocruz, ENSP, Rio de Janeiro, 2002.

Thoman, E., & Jolls, T. (2005). Media Literacy Education: Lessons from the Center for Media Literacy. *Yearbook of the National Society for the Study of Education*, 104(1), 180–205. <https://doi.org/10.1111/j.1744-7984.2005.00011.x>.

Tomaél, M. I., & Marteleto, R. M. (2006). Redes sociais: posições dos atores no fluxo da informação. *Encontros bibli: revista eletrônica e biblioteconomi ciência da informação*, 11(1), 75–91. <https://doi.org/10.5007/1518-2924.2006v11nesp1p75>

Tornero, J. M. P. (2015). um nuevo paradigma para las políticas públicas y la investigación. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, n° 100, 99-102 <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero100/un-nuevo-paradigma-para-las-politicas-publicas-y-la-investigacion/?output=pdf>

Valentini, R. S. (2017). *Julgamento por computadores? As novas possibilidades da juscibernética no século XXI e suas implicações para o futuro do direito e do trabalho dos juristas*. [Doctoral dissertation, Universidade Federal de Minas Gerais]. Repositório Institucional da Universidade Federal de Minas Gerais. https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/BUOS-B5DPSA/1/vers_o_completa_tese_romulo_soares_valentini.pdf

Veiga, I. S. (2020). Notas sobre o uso de algoritmos na política e as dificuldades da reflexão filosófica. *Kalagatos: Revista de Filosofia Do Mestrado Acadêmico Em Filosofia Da UECE*, 17(1), 74–97.

Vera, B. C., & Amaral, D. G. R. (2017). Algoritmos: Uma releitura da teoria do gatekeeper na era pós-massiva. *Revista Comfilotec*, 05(03), 01-11 <https://www.fapcom.edu.br/wp-content/uploads/2017/05/Algoritmos-Beatriz-Vera.pdf>

Versuti, C. D. (2021). *Literacia midiática no ensino de jovens e contribuição para a participação cidadã: experiência intercultural entre Brasil e Portugal*. [Doctoral dissertation, Unesp]. Repositório Institucional Unesp. <http://hdl.handle.net/11449/214799>

Versuti, C. D. (2021). Literacia Midiática no ensino de jovens e contribuição para participação cidadã: experiência intercultural entre Brasil e Portugal. [Doctoral dissertation, Universidade Estadual Paulista] Repositório Institucional Unesp, <http://hdl.handle.net/11449/214799>

Vincent, D. (2019). The Modern History of Literacy. In J. L. Rury & E. H. Tamura (Eds.), *The [Oxford] Handbook of the History of Education* (pp. 506–522). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1090.1093/oxfordhb/9780199340033.013.30>

Wilson, C., Grizzle, A., Tuazon, R., Akyempong, K., & Cheung, C. K. (2013). Alfabetização midiática e informacional: Currículo para formação de professores.

Wilson, C., Grizzle, A., Tuazon, R., Akyempong, K., & Cheung, C. K. (2013). Alfabetização midiática e informacional: Currículo para formação de professores. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000220418>

Wilson, C., Alfabetização midiática e informacional: currículo para formação de professores / Carolyn Wilson, Alton Grizzle, Ramon Tuazon, Kwame Akyempong e Chi-Kim Cheung. – Brasília: UNESCO, UFTM, 2013.

Winques, K. (2022). Mediações algorítmicas e espiral do silêncio: Reconfigurações da teoria a partir de quatro mecanismos de análise. *ALCEU*, 22(46), 127–146. <https://doi.org/10.46391/ALCEU.v22.ed46.2022.199>

Zago, G. S., & Migowski da Silva, A. L. (2014). Sites de Rede Social e Economia da Atenção: Circulação e Consumo de Informações no Facebook e no Twitter. [*Vozes e Diálogo*], 13 (Issue), 05-17.

Zarocostas, J. (2020). How to fight an infodemic. *The Lancet*, 395(10225), p. 676. <https://www.thelancet.com/action/showPdf?pii=S0140-6736%2820%2930461-X>

Zuboff, S. (2019). *A era do capitalismo de vigilância*. Intrínseca.