

# PODEMOS CONFIAR? COMPREENSÃO MIDIÁTICA ENTRE ALUNOS DOS CURSINHOS PRÉ- VESTIBULARES DA UNESP/BAURU

*CAN WE TRUST? MEDIA  
COMPREHENSION AMONG  
STUDENTS IN PRE-UNIVERSITY  
COURSES AT UNESP/BAURU*

*¿PODEMOS CONFIAR? COMPRESIÓN  
DE LOS MENSAJES DE LOS  
MEDIOS ENTRE ESTUDIANTES  
DE CURSOS PREUNIVERSITARIOS  
DE LA UNESP/BAURU*

**Carlos Humberto Ferreira Silva Jr.**

carlos.jr@unesp.br

Jornalista e Mestre em Comunicação Social. Doutorando e Professor Bolsista da Universidade Estadual Paulista (Unesp). Diretor de Relações Públicas e Comunicação da Associação Brasileira de Pesquisadores e Comunicadores em Comunicação Popular, Comunitária e Cidadã (ABPCom).

**Alice Gonzalez**

alice.gonzalez@unesp.br

Estudante de Graduação do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual Paulista, Universidade Estadual Paulista (Unesp).

**Desirée Assis**

desiree.assis@unesp.br

Estudante de Graduação do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual Paulista (Unesp).

**Emanuele Almeida**

emanuele.s.almeida@unesp.br

Estudante de Graduação do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual Paulista (Unesp).

**Giulia Colombo Caporrino**

giullia.colombo@unesp.br

Estudante de Graduação do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual Paulista (Unesp).

**Lorrana Marino**

lorrana.marino@unesp.br

Estudante de Graduação do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual Paulista (Unesp).

*Recebido em: 06-03-2021*

*Aceito em: 13-12-2021*

DOI 10.21882/ruc.v9i16.859

## RESUMO

Este trabalho tem como objetivo apresentar o nível de compreensão midiática entre alunas e alunos dos cursinhos pré-vestibulares da Unesp/Bauru. Com intuito de entender como esses jovens se relacionam com as informações que lhes são repassadas, foi distribuído um questionário em que eles indicavam qual o nível de confiabilidade dos conteúdos expostos em função de seu conhecimento prévio e hábitos de consumo de notícias. A partir desses dados, realizou-se uma análise quantitativa a fim de entender o que compreendem como mais ou menos confiável. Como resultado foi possível verificar que, mesmo considerando importante a ação da checagem da informação, nem todos a realizam, o que influencia no julgamento das notícias e sua compreensão dos conteúdos midiáticos, prevalecendo convicções pessoais.

**Palavras-chave:** comunicação; informação; letramento midiático; desinformação.

## ABSTRACT

This paper aims to present the level of media comprehension among students from the pre-university courses at Unesp/Bauru. To understand how these young people, relate to the information given to them, a questionnaire was distributed in which they indicated the level of reliability of the content exposed, according to their previous knowledge and news consumption habits. From these data, a quantitative analysis was carried out to understand what they understand as more or less reliable. As a result, it was possible to verify that, even considering the action of checking information important, not everyone does it, which influences the judgment of the news and their

understanding of media content, with personal convictions prevailing.

**Keywords:** communication; information; media literacy; misinformation.

## RESUMEN

Este trabajo tiene como objetivo presentar el nivel de comprensión de los mensajes de los medios entre estudiantes de los cursos preuniversitarios de la Unesp/Bauru. Con el propósito de entender cómo esos jóvenes se relacionan con las informaciones que reciben, se distribuyó un cuestionario en donde ellos indicaban cuál el nivel de confiabilidad de los contenidos expuestos en función de su conocimiento previo y hábitos de consumo de noticias. A partir de esos datos, se realizó un análisis cuantitativo a fin de entender lo que entienden como más o menos confiable. Como resultado, fue posible verificar que, aun considerando importante la acción de verificación de la información, no todos la realizan, lo que influencia su juicio sobre las noticias y su comprensión de los contenidos de los medios, por lo que prevalecen convicciones personales.

**Palabras-clave:** comunicación; información; alfabetización mediática; desinformación.

## INTRODUÇÃO

Este trabalho foi desenhado com o intuito de identificar qual o nível do letramento midiático, descrito como a capacidade de acessar, analisar, avaliar e comunicar mensagens em uma variedade de formas (CAPRINO, 2016) dos alunos dos cursinhos pré-vestibulares da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp)<sup>1</sup>, campus Bauru. Para isso, realizamos e distribuimos digitalmente

1 A Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” é uma universidade pública localizada no estado de São Paulo. Possui 24 campi espalhados por todo o estado, conta com mais de 50 mil estudantes e 3 mil docentes; foi fundada em 1923 em Araraquara, alterando seu status para universidade em 1976. Para saber mais acesse: <https://www2.unesp.br/porta1#!/sobre-a-unesp/historico/>

um questionário estruturado, no qual foram testadas e averiguadas as capacidades de identificação de conteúdos que possuíam informações confiáveis, daqueles que não as tinham.

A cidadania, direitos e deveres que tornam um indivíduo cidadão perante seus semelhantes, é tema de diversas abordagens filosóficas e teóricas. Desde as discussões políticas da Grécia Antiga, até as definições de Norberto Bobbio e sua obra *Era dos Direitos* (2004), busca-se compreender como as pessoas passam a integrar o todo social, partilhar de suas decisões e estar aptas para a participação na vida pública.

A primeira classificação dos direitos vem de Marshall (1967), que aponta os direitos civis e políticos conquistados nos séculos XVIII e XIX como sendo de uma primeira geração e os direitos sociais do século XX, ligados a uma segunda geração.

De acordo com Bobbio, posterior a Marshall, porém coadunando com seu pensamento inicial, os direitos são constituídos dentro de contextos históricos. O autor chama a atenção para a possibilidade de outras gerações: uma terceira, indefinida, mas ligada aos direitos de solidariedade, exemplificada pelos direitos ecológicos, passando, por fim, a uma quarta geração dos direitos ligados ao patrimônio genético de cada indivíduo e à bioética (BOBBIO, 2004, p. 9). Independentemente de sua qualidade, trata-se de direitos que validam aquilo que podemos compreender como uma espécie de cidadania plena à qual todos os indivíduos deveriam ter acesso.

Fazendo uma breve, mas importante, viagem da Europa ao Brasil, encontramos nos estudos da professora Cicilia Peruzzo, a ideia do direito à comunicação, em especial à comunicação comunitária, como forma de estabelecimento de equidades com relação ao poder de comunicar, ideia que abarca a necessidade de formulação de políticas públicas para que seja estabelecido o:

[...] direito de acesso do cidadão e de suas organizações populares representativas ao poder de comunicar, ou seja, ao acesso também aos canais

de comunicação massivos e eletrônicos na condição de emissores de conteúdos próprios e de gestores autônomos de meios a serviço das “comunidades” e dos movimentos populares (PERRUZZO, 2009, p. 37).

Se a professora Perruzzo se atenta ao direito à comunicação, busca também na materialidade social as possibilidades para a sua concretude, levando em consideração a realidade e o contexto brasileiro; por isso, aponta que a educação midiática, ou como veremos, o letramento midiático, tem uma forte participação no estabelecimento desse direito.

Seja para o aprendizado técnico necessário na produção dos conteúdos, seja para a interpretação correta daquilo que nos é disponibilizado, a educação midiática se mostra uma chave:

[...] o exercício do direito à comunicação comunitária já se entrelaça aos modos de educação informal (processada no dia-a-dia e por meio das práticas no âmbito da comunicação) e o não-formal (participação em treinamentos, oficinas propiciadas por instituições) que ocorrem no contexto das lutas sociais e possibilitam rico processo de educomunicação. Mas resta a demanda para se repensar a educação formal: até quando a escola vai garantir somente a alfabetização da escrita e a leitura textual? Na perspectiva de assegurar o direito de cidadania à educação, há que se levar em conta que os meios de comunicação também, informalmente, educam, mas praticam linguagens diferentes. Assim, é preciso saber lê-los, interpretá-los, dominar os seus códigos, além de saber manusear os modos como operam. Entre as melhores maneiras de conhecer o funcionamento dos meios de comunicação como um todo, seu poder de influência e as possibilidades de manipulação das mensagens, destaca-se a práxis da mídia, ou seja, a execução de projetos concretos de comunicação e a reflexão sobre esses (PERRUZZO, 2009, p. 39).

É pensando neste contexto de aplicação da educação midiática que faremos nas próximas páginas uma discussão sobre como a

necessidade do exercício deste direito se torna cada vez mais essencial e urgente em nossa sociedade contemporânea. Isso porque, como apontam Ferrari e Boarini (2021), as pessoas estão sendo cada vez mais influenciadas pelo fenômeno da desinformação que vem se alastrando por meio das redes sociais e de portais da internet.

Utilizando-se de estruturas semelhantes às de sites e conteúdos noticiosos, os difusores das *fake news* aproveitam da credibilidade da prática jornalística para difundir informações falsas e confundir deliberadamente os indivíduos, tornando-se assim, elementos nocivos à democracia e consecutivamente à cidadania. Por isso, vale a pena investirmos em ferramentas que auxiliem na compreensão do que de fato são os conteúdos noticiosos, e a credibilidade.

Para exemplificar a importância dessa cidadania por meio também da comunicação, buscaremos compreender como os alunos dos cursinhos pré-vestibulares da Unesp/Bauru estão aptos para a identificação de informações críveis, ou não, entendendo consecutivamente o nível de sua participação social na esfera pública, tendo a informação de qualidade como matriz reguladora das discussões.

## A EDUCAÇÃO MIDIÁTICA COMO PRÁTICA CIDADÃ

A possível vulnerabilidade da audiência diante da mídia pode ser contornada através do “entendimento da linguagem midiática e como ela se produz; a compreensão das lógicas produtivas dessa indústria informacional, suas motivações e a consciência das condições e possibilidades das mídias como ferramentas” (CAPRINO, 2016, p. 9).

Nesse sentido, as ideias de mídia-educação, educomunicação, *media literacy*, letramento midiático e alfabetização midiática trazem competências que garantem o empoderamento dos cidadãos através da compreensão crítica dos dados apresentados pela mídia (WILSON, 2013, p. 59).

O primeiro termo, mídia-educação, começa

a ganhar protagonismo entre as décadas de 1950 e 1960, referindo-se, principalmente, a aspectos políticos e ideológicos, visto o período conturbado que os latino-americanos atravessam: auge dos regimes ditatoriais. Nesse sentido, as mídias atuam como resistência, instrumento de luta (CAPRINO, 2016, p. 10).

Conforme o entendimento sobre mídia-educação torna-se palpável para a população, a concepção do termo se modifica, dessa forma passando a ser “a tecnologia educacional, como ferramenta do planejamento de educação, vista como panacéia para melhorar qualitativa e quantitativamente os sistemas educacionais nos países do terceiro mundo” (BELLONI; BÉVORT, 2009, p. 1086). A partir daí, a preocupação em formar novas gerações com capacidade de criticar, discernir, compreender tanto os conteúdos, quanto os conceitos técnicos da produção da informação, passa a ser prioridade. As mídias são entendidas, então:

[...] não só como meios de comunicação de massa, cuja leitura crítica é preciso desenvolver, mas também como meios de expressão da opinião e da criatividade pessoais, cuja apropriação é necessário assegurar a todos os cidadãos. Começa a se construir, a partir de então, a noção da mídia-educação como formação para a apropriação e uso das mídias como ferramenta: pedagógica para o professor, de criação, expressão pessoal e participação política para todos os cidadãos (BELLONI; BÉVORT, 2009, p. 1087).

Já o segundo, educomunicação, foi ressemantizado pela Universidade de São Paulo, a partir dos anos 70. Segundo Ismar de Oliveira Soares, jornalista e doutor em comunicação pela ECA/USP, ela passou a ser conceituada como “método de ensino no qual a comunicação em massa e a mídia em geral são usadas como elemento de educação.” (SOARES, 2022, n. p.).

Nesse sentido, o conceito de educomunicação compreende que a educação depende do ato comunicativo e das mídias para a construção do pleno conhecimento. Posto isso,

percebe-se que a educomunicação acompanha de perto os fatos do cotidiano, muito além dos livros didáticos, com auxílio dos meios técnicos – rádio, televisão, internet, jornal, revista – para despertar nos discentes e docentes a ânsia pelo processo de aprendizagem.

Em relação ao letramento midiático e à alfabetização midiática, os conceitos vêm como uma das muitas traduções de *media literacy* para os países ibero-americanos. No Brasil, por si só, há uma dualidade na escolha dos termos: alguns ligam alfabetização a um processo mecânico, enquanto o letramento teria um teor crítico-compreensivo (CAPRINO, 2016, p. 7).

As ideias ligadas à *media literacy* atravessaram um século de transformações, interpretações e ressignificações, tendo o primeiro desenvolvimento na França, por volta dos anos 1920 (CAPRINO, 2016, p. 9). Na época, o intuito era compreender o cinema, a nova forma de mídia da década. Atualmente, o objeto de estudo se expande para a internet e suas possibilidades digitais.

Em suma, mídia-educação, educomunicação, letramento midiático, alfabetização midiática e *media literacy* representam “a capacidade de acessar, analisar, avaliar e comunicar mensagens em uma variedade de formas” (CAPRINO, 2016, p. 8), o que se faz essencial na, já citada, sociedade contemporânea do capitalismo informacional (CASTELLS, 2000).

Há quatro componentes fundamentais na alfabetização midiática: acesso, análise, avaliação e criação de mensagens (CAPRINO, 2016, p. 9). O letramento midiático é visto, nas definições de Buckingham (2013), como o estágio final de um indivíduo que é capaz de obter o protagonismo diante dos meios, podendo criar e criticar. Tais características geram a melhoria da comunicação em serviço da cidadania e facilitam a prática e o entendimento da comunicação através do meio midiático (SOARES, 2022).

É possível perceber que, independentemente das diferenças semânticas dos termos, todos são circundados pela mesma intenção: promover o protagonismo do cidadão dentro de uma

sociedade da informação cada vez mais tecnológica e complexa, auxiliando-o a compreender e ter voz ativa na mídia. E, dessa forma, conduzi-lo a agir e entender a situação adversa de infodemia em que vivemos.

Como já apontamos, a comunicação é um direito, e com o desenvolvimento das tecnologias e da grande disseminação das informações, compreender este processo é essencial para que os indivíduos possam exercer sua cidadania de maneira plena.

Se a educação midiática já se mostra uma ferramenta eficaz para a promoção da cidadania em locais nos quais a educação possui índices mais elevados, quando consideramos o contexto brasileiro ela se mostra uma ferramenta essencial.

De acordo com a Pesquisa Anual de Administração e Uso de Tecnologias nas Empresas, realizada pela FGV-SP, em 2019, existem cerca de dois dispositivos digitais por habitante, totalizando 420 milhões de aparelhos ativos no país; entre eles, os *smarthphones* possuem destaque com suas 230 milhões de unidades ativas.

Infelizmente, esta distribuição não se aplica quando falamos da educação no Brasil; o país possui 29% de sua população (38 milhões de habitantes) composta por analfabetos funcionais, de acordo com pesquisa realizada em 2001 pela ONG Ação Educativa e pelo Instituto Paulo Montenegro, em parceria com o Ibope Inteligência. O que significa que essas pessoas possuem dificuldades cotidianas para se expressar por meio de letras e números.

Ou seja, podemos perceber que a tecnologia está nas mãos das pessoas, porém, isso não é uma garantia de que estas saberão ou poderão utilizá-la da melhor maneira. Essa desigualdade evidencia uma nítida potencialidade para o desenvolvimento de políticas públicas que se disponham a enfrentar, ao mesmo tempo, a exclusão social e a exclusão digital:

A inclusão digital vem no sentido de estar aproximando comunidades e desenvolvendo mecanismos de inteligência coletiva que possibilitem a elas

achar as soluções adequadas aos seus problemas e enriquecer, social, cultural e economicamente. A informática e a internet são importantíssimas para a educação, visto que facilitam as pesquisas e apóiam o desenvolvimento de trabalhos (DE ALMEIDA *et al.*, 2005, p. 66).

São inúmeros os exemplos de projetos de educação midiática que fornecem ao mesmo tempo pensamento crítico aos cidadãos e a capacidade técnica para a inclusão digital, facilitando também, mesmo que indiretamente, a compreensão da sociedade da informação.

Foi assim com a Rádio Heliópolis, em São Paulo, uma das maiores comunidades que teve em seu projeto de educação midiática a capacitação dos profissionais que ali atuam, ao mesmo tempo que influenciou seu entorno; foi a primeira rádio comunitária legalizada na cidade de São Paulo e que, além de oferecer entretenimento e informação, trouxe aos agentes da comunidade uma outra forma de ser e estar no mundo:

Em suas mais de duas décadas de atuação a Rádio Comunitária Heliópolis colabora com a disseminação de informação local e na formação de pessoas. Ela ajuda na conscientização, na aproximação entre pessoas, na mobilização social e para o entretenimento. A rádio dá voz aos moradores, tanto para a sua música como na discussão de temas de interesse comunitário. Ao mesmo tempo, contribui para o desenvolvimento pessoal e para o nível de conhecimento das pessoas que vêm atuando como protagonistas na emissora. De simples moradores/as e ouvintes, eles se transformam em gestores/as e locutores, criadores de programas, operadores de mesa de som, sonoplastas, entrevistadores, entre outras funções e habilidades (PERUZZO, 2017, p. 86).

Assim como esta iniciativa, diversas outras estão espalhadas pelo país, promovendo cidadania e compreensão da mídia, criando leitores e produtores de conteúdo críticos que, conscientes daquilo que lhes é oferecido, podem aceitar ou refutar, considerando a sua veracidade e

credibilidade.

Outro fator que podemos destacar para a necessidade do letramento midiático diz respeito a um dos efeitos mais recentes da realidade mediada pelas novas tecnologias: a infodemia. Esse fenômeno se refere à disseminação excessiva de conteúdos específicos em um curto espaço-tempo, em um período no qual uma pandemia surge no planeta.

Citar essa movimentação faz sentido uma vez que vivenciamos a pandemia da Covid-19. Fomos obrigados a intensificar a mediação da realidade pelos meios on-line para preservar o distanciamento social: trabalho, ensino e lazer sofreram reconfigurações desde então, antecipando um futuro para o qual caminhávamos de forma gradual. Nesse sentido, observamos um estreitamento na relação entre sociedade e tecnologia, tornando inimaginável a sua dissociação.

Diante do desconhecimento inicial para a cura da doença que acomete milhões de pessoas no mundo, cientistas iniciaram uma corrida na pesquisa sobre vacinas e medicamentos que auxiliem no tratamento da enfermidade. Gráficos, números, planos de ação governamental e instruções para proteção invadiram a nossa realidade e aumentaram consistentemente o fluxo informacional diário, gerando uma situação que a Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS) e a Organização Mundial da Saúde (OMS) denominaram infodemia.

De acordo com o documento “Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a Covid-19”, podemos definir infodemia como:

[...] um excesso de informações, algumas precisas e outras não, que tornam difícil encontrar fontes idôneas e orientações confiáveis quando se precisa. 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 (OPAS, 2020, p. 2).

Concomitantemente, a busca por essas informações aumentou de forma considerável, entretanto, nem sempre os conteúdos disponibilizados possuem credibilidade, ficando a mercê do discernimento individual, o que, por sua vez, causa uma ansiedade generalizada na população e evidencia a sua incapacidade de processamento crítico desse novo fluxo informacional.

Percebe-se, portanto que, ter acesso às informações não garante que o conteúdo seja apropriado para aqueles que passam a conhecê-lo. A distribuição das informações deve ser acompanhada de uma distribuição do pensamento crítico para que a cidadania seja de fato exercida pelos cidadãos da sociedade da informação.

Sendo assim, **é notável que a educação midiática é uma prática cidadã.** Mais que um adendo à educação formal, deve ser considerada uma forma de garantir os direitos dos indivíduos na era da informação, já que a tendência é que, com o passar do tempo, as Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) devam não apenas manter o fluxo informacional como está hoje, mas ampliá-lo de maneira exponencial.

Com este trabalho busca-se chamar atenção para esta prática que possui o potencial de, ao mesmo tempo, diminuir as desigualdades digitais e ampliar o senso crítico da população, permitindo que os indivíduos possam exercer de fato a sua cidadania. As consequências da infodemia que enfrentamos vão desde o descrédito da ciência, por meio da desconfiança de remédios eficazes, ou a crença, mesmo que não comprovada cientificamente, em substâncias que, ao invés de auxiliar, podem prejudicar a saúde dos infectados ou não pela Covid-19.

## MATERIAIS E MÉTODOS

Diante das sociedades contemporâneas, a integração dos dispositivos técnicos aos processos educacionais e comunicacionais é bastante falha. Isso porque as mídias se aproveitam de

uma lógica de mercado e não necessariamente estão preocupadas em atender determinada demanda social (BELLONI; BEVORT, 2009, p. 1084).

Além disso, de acordo com Belloni, o acesso e aproveitamento das tecnologias de informação é desigual entre as regiões mundiais e classes sociais. Isso implica em conteúdos informacionais circulando desenfreadamente, muitas vezes reproduzindo informações irreais.

O leitor, por sua vez, pode, caso desconfie, checar e criticar efetivamente aquilo que consome, sem contentar-se com o que foi transmitido anteriormente. Para isso, há a necessidade de introduzir ao cotidiano do interlocutor o estudo das mídias e das práticas comunicativas. Vale ressaltar que a responsabilidade pela veracidade das informações não deve recair apenas nos consumidores, estando os órgãos da imprensa, assim como todos aqueles ligados ao ecossistema midiático.

Diante da dualidade exposta, decidiu-se avaliar o nível de análise crítica de produtos informativos dentro de uma comunidade próxima ao nosso grupo: os cursinhos pré-vestibulares populares da Unesp de Bauru, pois, dentro desses ambientes se encontram pessoas prestes a entrar no meio acadêmico e capacitadas a agir de forma ativa dentro de suas comunidades. Sendo assim, ao analisar o nível de discernimento informacional desses indivíduos será possível perceber de que forma eles estão adquirindo e interpretando as informações que recebem diariamente.

A partir da escolha do grupo, a qual vamos analisar, optamos por um questionário estruturado no qual buscou-se identificar o nível de confiança estabelecido por eles com os conteúdos selecionados. Como ferramenta de análise utilizamos a análise quantitativa, a fim de verificar quais os conteúdos classificados como mais ou menos confiáveis.

Os questionários foram aplicados em três cursos pré-vestibular populares, localizados na Unesp - Campus de Bauru, coordenados e mantidos pelos próprios alunos da universidade, que visam preparar os estudantes para o

ingresso no ensino superior. São eles: Cursinho Ferradura, Curso Pré-vestibular Gratuito Principia e Curso Pré-Universitário Gratuito Primeiro de Maio, todos vinculados à Pró-Reitoria de Extensão (PROEX).

O Cursinho Ferradura é um Projeto de Extensão Universitária, vinculado à Faculdade de Ciências da Universidade Estadual Paulista, sem fins lucrativos, integralmente gratuito. O Cursinho Ferradura conta com duas unidades, uma localizada em Bauru e a outra em Pederneiras, município vizinho à primeira cidade que não conta com campus da Unesp. O cursinho pré-vestibular oferece vagas para alunos que cursam ou cursaram a terceira série do ensino médio em escolas públicas, sejam elas municipais, estaduais ou federais, além de alunos advindos das Etecs (Escolas Técnicas Estaduais).

O Curso Pré-vestibular Gratuito Principia também é um Projeto de Extensão Universitária, vinculado à Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Unesp - Bauru, sem fins lucrativos, integralmente gratuito. Oferece vagas para alunos que cursam a terceira série do ensino médio ou já concluíram todo o ensino médio em escolas públicas, escolas de centro técnico e que cursaram qualquer período do ensino médio em escolas particulares ou SESI.

Por fim, o Curso Pré-Universitário Gratuito

Primeiro de Maio, que também é um Projeto de Extensão Universitária, vinculado à Faculdade de Engenharia da Unesp - Bauru, não tem fins lucrativos e é, assim como os demais, integralmente gratuito. Oferece vagas para alunos que cursam a terceira série do ensino médio ou já concluíram todo o ensino médio em escolas públicas, centros técnicos e aqueles que frequentam ou frequentaram escolas particulares com bolsa integral ou de até 50%.

No intuito de colher dados quantitativos e, posteriormente, avaliá-los, foi escolhida a elaboração de questões em um formulário *online* anônimo, disponível por meio de um *link* compartilhável e produzido por meio da ferramenta Google Forms. Posto isso, o formulário foi dividido em duas seções: a primeira com dados pessoais visando traçar perfis — sempre garantindo o anonimato dos respondentes —, e a segunda, para avaliar como o aluno se relaciona com as informações, veículos de comunicação e com os tipos de gêneros jornalísticos.

Dessa forma, buscamos perceber o nível de letramento midiático, ou seja, “a ideia da compreensão, de leitura e escrita funcional” (CAPRINO, 2016, p. 7) que esse nicho possui e o quão familiarizado está com os conteúdos jornalísticos e suas características. Na primeira seção do formulário, encontram-se as seguintes questões:

**Tabela 1**

1. Qual sua idade?
2. Com qual gênero você se identifica? Feminino; Masculino; Não binário; Prefiro não identificar
3. Ao se deparar com uma notícia você: Sempre lê a notícia toda; Geralmente lê apenas o título; Lê pelo menos o título, subtítulo e o primeiro parágrafo
4. Por onde costuma receber as informações? Televisão; Rádio; Jornal local (ex: Jornal da Cidade); Jornal estadual (ex: Folha de São Paulo, Estadão, etc); Redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter); Grupos e mensagens de WhatsApp; Google; Matérias online (G1, UOL, etc)
5. Você ou sua família assinam algum jornal ou revista? Jornal digital; Jornal impresso; Revista impressa; Revista digital; Não assina
6. Caso a resposta acima tenha sido negativa, por quê? É muito caro; Não tenho interesse; Não sinto necessidade; Nunca pensei em assinar; Eu assino jornal ou revista

**Fonte:** Elaborado pelas autoras

Nesse momento, chega-se à seção dois, dividida em duas partes. A primeira, intitulada *Lendo Notícias*, refere-se às notícias falsas e os processos de checagem da informação, além dos gêneros jornalísticos mais comuns. No início, foram acrescentadas duas perguntas de acordo com a Escala de Likert, na qual os alunos respondem à afirmação baseada no seu nível de concordância com o que foi sugerido, de 1 (pouco importante) a 5 (muito importante). Posteriormente, são apresentadas mais quatro perguntas do tipo caixa de seleção, em que os estudantes poderiam selecionar mais de uma alternativa.

O objetivo desta etapa foi compreender, por meio de suas experiências empíricas, como os alunos definiam os gêneros jornalísticos; nossa premissa parte de que a aproximação com os gêneros jornalísticos e seus formatos ofereça uma leitura estrutural do conteúdo informativo, como uma das formas para o contraponto crítico à desinformação.

Como critérios para as questões de 3 a 6, buscamos oferecer elementos que condiziam total ou parcialmente com os enunciados a fim de estabelecer os graus de compreensão de cada entrevistado sobre os temas abordados.

**Tabela 2:** Verificando os gêneros jornalísticos

1. De 0 a 5 quanto você acha importante checar notícias (sendo 1 pouco importante e 5 muito importante)
2. De 0 a 5 quanto você costuma checar notícias? (sendo 1 não checo e 5 sempre checo)
3. Qual a ou as principais características de uma <i>fake news</i> ? Tem a intenção de manipular o leitor; É sempre sensacionalista (absurda); Contém somente informações falsas; Não sei identificar o que é uma fake news
4. Qual a ou as principais características de um artigo de opinião? Geralmente é polêmico; Tem traços da opinião do autor; É feito somente por jornalistas; Não sei identificar o que é um artigo de opinião
5. Qual a ou as principais características de uma notícia? É recente; É um texto longo; Possui fatos verídicos; É um texto curto; Não sei identificar o que é uma notícia
6. Qual a ou as principais características de uma reportagem? Tem como objetivo apresentar informações para que o leitor tire suas próprias conclusões; É obrigatoriamente o desenrolar de uma notícia; É um texto curto que resume em poucos parágrafos o que aconteceu; É um texto que apresenta diversas informações e pontos de vista; Não sei identificar o que é uma reportagem

**Fonte:** Elaborado pelas autoras

A segunda parte da seção dois, nomeada *Identifique Notícias*, foi proposta com o intuito de compreender a percepção do aluno acerca

notícias de sites previamente selecionados, por meio de captura de imagens e das seguintes questões:

**Tabela 3:** Identificando as notícias

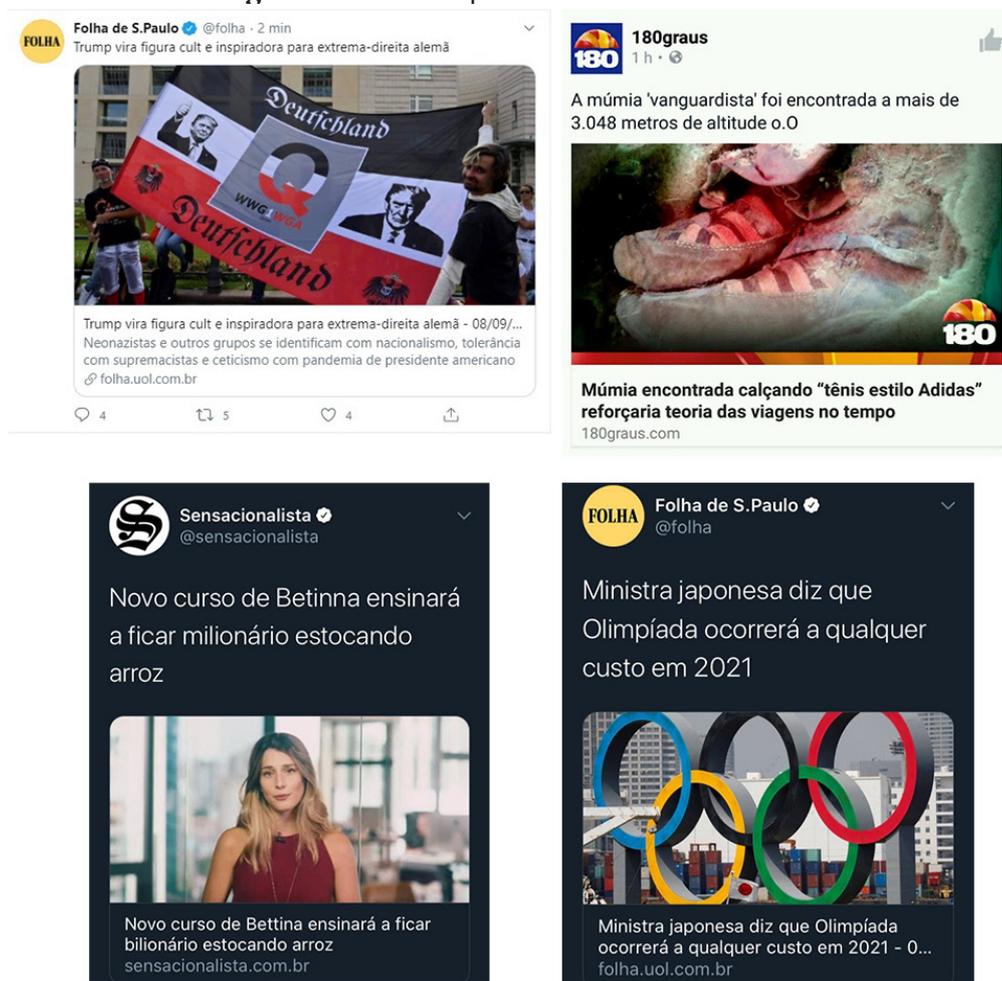
1. Você considera a notícia abaixo: Falsa; Verdadeira
2. Por que você acha isso? - Já tinha ouvido sobre; Pesquisei no Google; Parece confiável; Parece falsa
3. Caso queira, justifique sua resposta:

**Fonte:** Elaborado pelas autoras

Vale ressaltar que a notícia 1 foi retirada do Twitter do jornal Folha de São Paulo, no dia oito de setembro de 2020. A manchete era: “Trump vira figura cult e inspiradora para extrema-direita alemã” e era uma notícia verdadeira; o conteúdo falso representado pela imagem 2 foi obtido no Facebook do portal de notícias 180graus, publicada no dia 15 de abril de 2016 e retirada do ar pelo grupo no dia 8 de setembro de 2020. A manchete era “Múmia encontrada calçando ‘tênis estilo Adidas’” reforçaria teoria das viagens no tempo; o conteúdo

falso representado pela imagem 3 foi retirado do Twitter do Sensacionalista<sup>2</sup>, no dia 8 de setembro de 2020. A manchete era: “Novo curso de Betinna ensinará a ficar bilionário estocando arroz”; e por fim, a notícia 4 foi coletada do Twitter do jornal Folha de São Paulo, do dia 8 de setembro de 2020. A manchete era: “Ministra japonesa diz que Olimpíada ocorrerá a qualquer custo em 2021”. Todos os entrevistados tiveram acesso aos conteúdos por meio de uma fotografia, na qual todos veículos foram identificados, conforme figura 1:

Figura 1: Notícias apresentadas aos entrevistados



Fonte: Reproduções Facebook e Twitter

2 Apesar de o Sensacionalista ser um site de humor, pelo fato de emular seus conteúdos em formatos noticiosos acreditamos ser uma forma de eficaz para verificação sobre a veracidade das informações, já que seus conteúdos são todos paródias da realidade, sendo ficções, e portanto, classificáveis como conteúdos falsos.

É importante dizer também que o questionário é uma ferramenta prática e que possibilita a captação de dados em larga escala. Devido à pandemia do Covid-19, para manter a segurança das pesquisadoras e dos alunos, ele foi realizado digitalmente e distribuído por meio dos canais oficiais que os cursinhos mantêm com seus alunos. Foram observadas as demandas apontadas por Marconi e Lakatos (2003) para a elaboração de nosso questionário, considerando que:

A elaboração de um questionário requer a observância de normas precisas, a fim de aumentar sua eficácia e validade. Em sua organização, devem-se levar em conta os tipos, a ordem, os grupos de perguntas, a formulação das mesmas e também tudo aquilo que se sabe sobre percepção, estereótipos, mecanismos de defesa, liderança etc. (MARCONI; LAKATOS, 2003, p. 202).

Vale ressaltar que foi realizado o pré-teste para a verificação da duração para o preenchimento do questionário, assim como possíveis

incoerências no decorrer de sua aplicação por conta da falta de entendimento, ou questões que gerassem dupla interpretação.

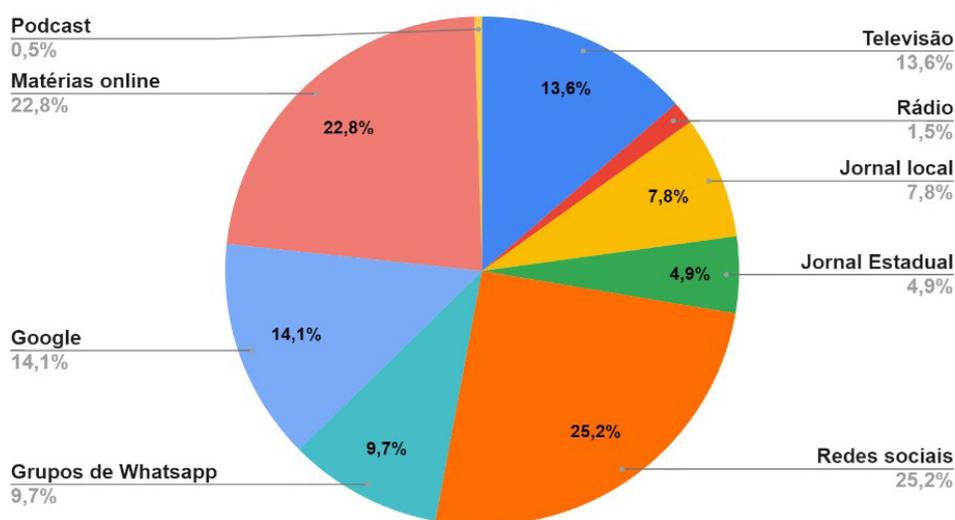
## RESULTADOS

Foram contabilizadas 61 respostas dos alunos dos três cursinhos. Entre eles, as faixas etárias predominantes foram 18 e 17 anos, com 19 e 16 estudantes respectivamente, totalizando 57,4% dos alunos. Do total, 77% (47) se identificam com o gênero feminino e 23% (14) com o masculino.

Dos entrevistados, 52,5%, ao se depararem com uma notícia, leem pelo menos o título, subtítulo e o primeiro parágrafo. Enquanto 29,5% leem a notícia toda, e 18% atentam-se somente ao título.

Quanto ao recebimento de notícias, a maioria (25,2%) as recebe por redes sociais (Facebook, Instagram e Twitter) e matérias *online* (22,8%), como G1 e Uol, sendo o rádio e o podcast os meios menos utilizados (1,5% e 0,5% respectivamente).

**Gráfico 1:** Por onde costuma receber as notícias?



**Fonte:** Elaborado pelas autoras

Quando questionados sobre a assinatura de algum jornal ou revista, online ou físico, entre os que assinam (16,39%), a maioria (9,8%) opta pelo jornal digital. A prevalência dos dados, no

entanto, vai para a negação: 83,6% afirma que não assina nenhuma das opções. Dentro da justificativa, a qual não era de resposta obrigatória, 52 pessoas responderam, sendo que 35,5% não

sente necessidade; 24,2% nunca pensou sobre; 16,1% julga esse tipo de serviço muito caro; 14,5% não tem interesse; 4,8% corresponde aos que já possuem assinatura e 4,8% apresenta outros motivos para não assinar.

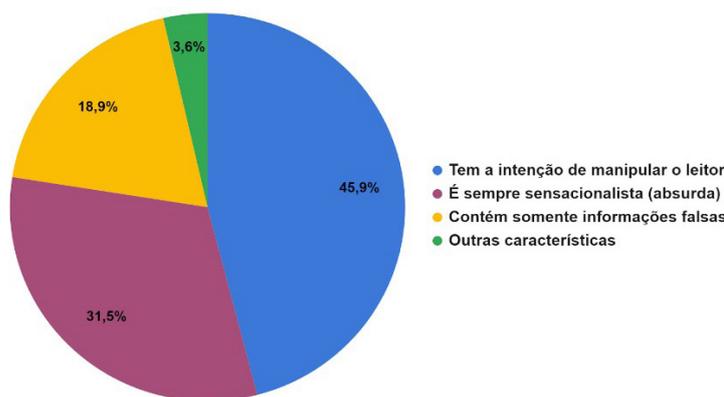
Sobre a importância da checagem de notícias, 78,7% dos alunos deram nota 5 na escala, julgando ser muito importante fazê-lo, seguido de 16,4% que assinalaram o valor 4, somando 95,2% dos entrevistados. Sobre o quanto costumam checar as notícias, 44,2% dos entrevistados atribuíram notas 1, 2 e 3, frente a 55,8% de notas 4 e 5, sendo que 1 representava a opção “não checo nunca” e 5 “sempre checo”.

Quantificando as respostas referentes aos

conhecimentos dos estudantes sobre as características de uma fake news, 45,9% concorda que ela tem a intenção de manipular o leitor; 31,5% julga que é sempre sensacionalista (absurda); 18,9% assinala que há somente informações falsas e 3,6% reúne outras características para uma fake news.

Quanto aos traços de um artigo de opinião, nenhum entrevistado concordou que são produzidos somente por jornalistas. Em contraste com a maioria de 57 alunos que assinalaram a opção “Tem traços da opinião do autor”, 2 estudantes não sabem identificar o que é esse tipo de texto e 11 também o caracterizam como geralmente polêmico.

**Gráfico 2:** Qual a principal característica de uma fake News?



**Fonte:** Elaborado pelas autoras

Sobre uma notícia, pouco mais da metade (52,4%) afirma que ela informa sobre fatos verídicos e 31,4% a caracteriza como recente. Enquanto 5,7% dos alunos aponta ser um texto longo, 10,5% assinala ser curto. Referente aos traços de uma reportagem, 34% (33 alunos) consente que o objetivo da mesma é apresentar informações para que o leitor tire suas próprias conclusões; 25,8% (25 alunos) a vê como um texto curto que resume em poucos parágrafos o que aconteceu; 19,6% (19 alunos) a entende, obrigatoriamente, como o desenrolar de uma notícia e 16,5% (16 alunos) concorda que é

um texto que apresenta diversas informações e pontos de vista.

A primeira notícia a ser julgada apresentava fatos verdadeiros, e de acordo com as respostas, 67,21% (41 estudantes) dos alunos a consideraram real, contra 32,79% (20 estudantes) que a assinalaram como falsa. Entre as justificativas para a resposta, 17 alunos (27,87%) marcaram que a notícia parecia falsa; 13 (21,31%) pesquisaram no Google; 9 (14,75%) já tinham ouvido sobre; 18 (29,51%) afirmaram que parece ser confiável e ainda houve 4 (6,56%) outras respostas.

**Gráfico 3:** Quais as características de uma reportagem?



**Fonte:** Elaborado pelas autoras

A segunda notícia a ser julgada expressava informações mentirosas. Nesta, 56 (91,80%) estudantes a consideraram falsa, enquanto 5 (8,20%) a marcaram como verdadeira. A alternativa parece falsa atingiu 81,97% (50 alunos) de escolha. Os outros 18,03% se dividiram em: 5 (8,20%) pesquisas no Google; 2 (3,28%) pessoas que já tinham ouvido sobre e 4 (6,56%) estudantes que deram outras respostas.

Como penúltima notícia, apresentou-se novamente um conteúdo com elementos ir-reais. Entre os estudantes, 58 (95,08%) assinalaram a opção falsa, enquanto 3 (4,92%) julgaram a informação verdadeira. 75,41% (46 indivíduos) dos alunos julgou que a notícia parecia falsa, enquanto 3,28% (2 indivíduos) pesquisou no Google; 13,11% (8 indivíduos) já tinha ouvido sobre e 8,20% (5 indivíduos) apresentou outras respostas.

A quarta e última notícia apresentou dados reais e 48 alunos (78,69%) a identificaram como tal, enquanto 13 (21,31%) julgaram o conteúdo falso. Para as justificativas, 14,75% (9 estudantes) assinalaram parecer falsa; 50,82% (31 estudantes) tiveram a percepção de que a notícia parece confiável; 22,95% (14 estudantes) já tinham ouvido sobre; 9,84% (6 estudantes) pesquisaram no Google e 1,64% (1 estudante) deu outra resposta.

Ao serem perguntados sobre a veracidade das notícias apresentadas, 10 participantes justificaram pelo menos uma de suas respostas.

Esperava-se que as justificativas contivessem os seguintes critérios: identificação de fonte confiável ou não, perfil verificado, identificação das características informativas do veículo, relação com a realidade. Ao pensar na relação entre assinar algum tipo de veículo informativo e identificar corretamente as notícias falsas e verdadeiras, observamos que na notícia 1, 70% dos que assinam responderam corretamente, enquanto 66,67% dos que não assinam acertaram. No que diz respeito à notícia 2, a porcentagem dos que identificaram a resposta correta para os assinantes de jornal foi de 90%, enquanto para os não assinantes foi de 92,16%. Já em relação à notícia 3, as porcentagens foram, respectivamente 100% e 94,12% e, por fim, para a notícia 4, as porcentagens foram, respectivamente, 70% e 80,39%.

Aqueles que souberam identificar corretamente as características de uma notícia (6,5% dos alunos) obtiveram uma taxa de 75% de acerto no julgamento das notícias falsas e verdadeiras. 75% acertou a primeira notícia; 100% acertou a segunda; 75% a terceira e 75% a última.

No que diz respeito aos alunos que souberam identificar corretamente as características de uma fake news (27,86% do total), 88,24% reconheceu o conteúdo 2, que era inverídico, como falsa e 11,76% a julgou como verdadeira. Já com o conteúdo 3, também falso, houve um reconhecimento da não veracidade da

informação de 100% dos indivíduos.

Em relação à importância da checagem de notícias, 80,85% das pessoas que se identificaram como pertencentes ao gênero feminino assinalaram 5 na Escala de Likert, correspondente a muito importante; 14,89% marcou 4; 2,13% optou pelo valor 3 e 2,13% escolheu o número 2, sendo que nenhuma mulher assinalou o valor mínimo na escala, correspondente a pouco importante. No grupo de gênero masculino, 71,43% assinalou 5 na escala; 21,43% optou pelo valor 4; 7,14% escolheu o número 3 e nenhum marcou os valores 2 ou 1.

Já em relação a quanto costumam checar notícias, 14,89% das pessoas que se identificaram como pertencentes ao gênero feminino, assinalaram 5 na Escala de Likert, correspondente a checar sempre; 36,17% marcaram como 4; 38,30%, a maioria, escolheu o número 3; 8,51% optam pelo 2; e apenas uma pessoa (2,13%), escolheu o número 1, correspondente a nunca checar. No grupo de gênero masculino, apenas 2 pessoas (14,29%) assinalaram 5; 57,14%, a maioria, escolheu o número 4; 21,43% optou pelo 3; somente uma pessoa (7,14%) colocou 1 e nenhuma marcou 0. Ao considerar a relação entre o recebimento de notícias majoritariamente por redes sociais e WhatsApp e identificar corretamente as notícias falsas e verdadeiras, observamos que na notícia 1, 65% dos que recebem notícias por esses meios souberam-na identificar corretamente. Para a notícia 2, essa porcentagem foi de 95%, enquanto que para a notícia 3, a porcentagem foi de 90% e, por fim, a porcentagem da notícia 4 foi de 85%.

Entre as pessoas que acertaram a notícia 1 (41 pessoas), ou seja, que a assinalaram como verdadeira, 43,90% marcou que considerava que parecia confiável, 29,27% pesquisou no Google, 19,51% já tinha ouvido falar sobre e 7,32% escreveu outras respostas. Dos que erraram (20 pessoas) e a assinalaram como falsa, 85% disse que parecia falsa, apenas 1 (5%) já tinha ouvido sobre, 5% pesquisou no Google e 5% escreveu outra resposta. Em relação às pessoas que acertaram a notícia 2 (56 pessoas),

ou seja, classificaram-na como sendo falsa, 87,50% disseram que parecia falsa, 5,36% pesquisaram no Google e 7,14% deram outras respostas. Dos que erraram (5 pessoas) e a assinalaram como verdadeira, 40% pesquisaram no Google, outros 40% já tinham ouvido sobre e uma pessoa (20%) colocou que parecia falsa.

Entre as pessoas que acertaram a notícia 3 (58 pessoas), ou seja, que a classificaram como sendo falsa, 79,31% disseram que parecia falsa, 3,45% pesquisaram no Google, 10,34% já tinham ouvido sobre e 6,9% deram outras respostas. Entre as que erraram (3 pessoas) e a assinalaram como verdadeira, 66,67% já tinham ouvido sobre e 33,3% deram outras respostas. Em relação às pessoas que acertaram a notícia 4 (48 pessoas), ou seja, que a assinalaram como verdadeira, 62,5% consideraram que parecia confiável, 25% já tinham ouvido falar sobre, 10,42% pesquisou no Google e uma pessoa (2,08%) escreveu outra resposta. Entre os que erraram (13 pessoas) e a classificaram como falsa; 69,23% disseram que parecia falsa; 15,38% já tinha ouvido sobre; uma pessoa (7,69%) pesquisou no Google e 7,69% disse parecer confiável.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante da percepção do aumento drástico do fluxo de informações dentro das sociedades contemporâneas, o leitor e usuário podem assumir uma posição mais ativa dentro desse ambiente, comprovando as notícias e refletindo criticamente sobre aquilo que consome. Posto isso, mostra-se necessário o estudo das mídias.

Para confirmar essa necessidade, aplicou-se um questionário a alunos em fase pré-vestibular. As questões tinham como objetivo conhecer seu nível de letramento midiático através das seguintes competências: identificação de fonte confiável ou não, perfil verificado, identificação das características informativas do veículo e relação com a realidade. Dentro dos dados obtidos, observou-se que não há relação clara entre dispor da assinatura de algum tipo de veículo informativo e identificar corretamente as

notícias falsas e verdadeiras, tornando possível concluir que assinar um jornal não garante que o indivíduo saiba refletir criticamente; a negativa também é válida.

Além disso, embora a maioria das pessoas tenha afirmado que considera importante checar notícias, poucas realmente assinalaram que têm essa prática como hábito. Tal observação foi comprovada quando, no julgamento da veracidade das notícias, as opções “parece confiável” e “parece falsa” prevaleceram perante “pesquisei no Google”, o que influenciou no gabarito das questões.

Sendo assim, nota-se que convicções pessoais predominaram em relação a aspectos informativos que deveriam ter sido levados em conta. Portanto, cabe à academia e aos profissionais da comunicação investigar a relação entre as pessoas e o consumo de conteúdo informativo, de maneira a compreender por que o indivíduo que considera importante checar notícias, não o faz.

Vale ressaltar que os dados obtidos ofereceram algumas perspectivas com relação aos estudantes que desejam prestar vestibular na Unesp – Campus Bauru – como, por exemplo, a dificuldade na compreensão dos conteúdos como verdadeiros, mesmo estando nos canais oficiais de veículos de comunicação com alta credibilidade social, como é o caso da Folha de São Paulo. Informação que pode apontar para uma necessidade de explicação maior sobre quais são os processos jornalísticos, distinguindo um veículo de credibilidade de outro que não a possui. Isso abre espaços para outros estudos mais específicos sobre a percepção da credibilidade de variados veículos de comunicação.

Chama atenção também a compreensão geral de que a checagem das notícias parece ser um elemento essencial para os entrevistados, já que 95,2% deles classificaram a sua relevância com notas 5 e 4. O hábito da checagem porém, não se mostra uma prática tão unânime assim, 44,2% dos entrevistados apontaram com notas 1, 2 e 3 quando questionados sobre a frequência com a qual verificam as informações.

Consideramos ainda relevante notar que,

apesar de estarem em um ambiente universitário, mesmo que de maneira informal, os alunos têm, por meio de sua experiência empírica, dificuldades no reconhecimento de conteúdos verdadeiramente jornalísticos e suas principais características. Esse fato sugere que caibam também, entre os alunos, discussões sobre a própria educação midiática, com o fim de aproximá-los do ecossistema midiático, tão presente nos processos seletivos universitários do país, seja por meio de temas relevantes, ou do próprio conteúdo das provas.

## REFERÊNCIAS

- BELLONI, Maria Luiza; BÉVORT, Evelyne. *Mídia-educação: conceitos, história e perspectivas. Educação e Sociedade*, Campinas, SP, v. 30, n. 109, p. 1081-1102, set./dez. 2009. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/es/v30n109/v30n109a08.pdf>. Acesso em: 05 out. 2020.
- BOBBIO, Norberto. *A era dos direitos*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.
- BUCKINGHAM, David. *Media education: Literacy, learning and contemporary culture*. New Jersey: John Wiley & Sons, 2013.
- CAMPONEZ, José Carlos. *Fundamentos de deontologia do jornalismo*. 2009. 595 f. Tese (Doutorado em Letras) - Universidade de Coimbra, Coimbra, 2009. Disponível em: [https://estudogeral.uc.pt/bitstream/10316/12614/3/Tese\\_Carlos%20Camponez.pdf](https://estudogeral.uc.pt/bitstream/10316/12614/3/Tese_Carlos%20Camponez.pdf). Acesso em: 20 jan. 2021.
- CAPOBIANCO, Ligia; CURY, Lucilene. *Princípios da história das tecnologias da informação e comunicação. Grandes invenções. In: Encontro Nacional de História da Mídia, 8., 2011, Guarapuava, PR. Anais [...]. Guarapuava: Unicentro, 2011. Disponível em: [http://www3.eca.usp.br/sites/default/files/form/cpedagogica/CapobiancoPrincipios\\_da\\_Histria\\_das\\_Tecnologias\\_da\\_Informao\\_e\\_Comunicao\\_Grandes\\_Histrias\\_Principles\\_of\\_ICT\\_History.pdf](http://www3.eca.usp.br/sites/default/files/form/cpedagogica/CapobiancoPrincipios_da_Histria_das_Tecnologias_da_Informao_e_Comunicao_Grandes_Histrias_Principles_of_ICT_History.pdf). Acesso em: 3 set. 2020.*
- CAPRINO, Mônica Pegurer. *Projetos de mídia-educação nas ONGs brasileiras*. 2016. 51 f. Relatório de pesquisa (Pós-Doutorado) – Programa PNPD/Capes, Universidade Metodista de São Paulo, São

- Bernardo do Campo, 2016.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2000. v. 1.
- DE ALMEIDA, Lilia Bilati *et al.* O retrato da exclusão digital na sociedade brasileira. **JISTEM J.Inf.Syst. Technol. Manag.**, [s. l.], v. 2, n. 1, 2005.
- FERRARI, Pollyana; BOARINI, Margareth. Desinformação e comunicação na sociedade contemporânea. **Organicom**, São Paulo, v. 18, n. 34, p. 37-47, 2021. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/170549>. Acesso em: 21 nov. 2021.
- FIDALGO, Joaquim. **O jornalista em construção**. Porto: Porto Editora, 2008.
- FIDALGO, Joaquim. **O lugar da ética e da auto-regulação na identidade profissional dos jornalistas**. 2006. 652 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho, Braga, 2006.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia**. Florianópolis: Insular, 2001.
- MARCONI, Maria de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- MARSHALL, T.H. **Cidadania, classe social e status**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.
- MORAES, João Antonio de. O paradigma da complexidade e a ética informacional. 2018. 172 f. Tese (Doutorado em Filosofia) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2018.
- OPAS (Organização Pan-Americana da Saúde). **Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a Covid-19**. Brasília: OPAS/OMS, 2020. Disponível em: [https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/Factsheet-Infodemic\\_por.pdf?sequence=14&isAllowed=y](https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/Factsheet-Infodemic_por.pdf?sequence=14&isAllowed=y). Acesso em: 03 out. 2020.
- PERUZZO, Cilíla K. Movimentos sociais, cidadania e o direito à comunicação comunitária nas políticas públicas. **Revista Fronteiras**, São Leopoldo – RS, v. 11, n. 1, p. 33-43, jan./abr. 2009. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/5039/2288>. Acesso em: 5 out. 2020.
- PERUZZO, Cilíla K. Interseções entre comunicação e educação em práticas organizativas comunitárias. *In*: SOARES, I.O.; VIANA, C.E.; XAVIER, J.B. (ed.). **Educomunicação e suas áreas de intervenção: novos paradigmas para o diálogo intercultural**. 1. ed. São Paulo-SP: ABPEducom, 2017. v. 1, p. 80-88. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/5039/2288>. Acesso em: 5 out. 2020.
- SOARES, Ismar de Oliveira. Conceito. **ABPEducom**, Brasília, c2022. Disponível em: <https://www.abpeducom.org.br/educom/conceito/>. Acesso em: 10 out. 2020.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**. A tribo jornalística. Florianópolis: Insular, 2005.
- WERTHEIN, Jorge. A sociedade da informação e seus desafios. **Ci. Inf.**, Brasília, v. 29, n. 2, p. 71-77, maio/ago. 2000. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/ci/v29n2/a09v29n2.pdf>. Acesso em: 3 set. 2020.
- WILSON, Carolyn *et al.* **Alfabetização midiática e informacional: currículo para formação de professores**. Brasília: UNESCO, UFTM, 2013.