

RELATO DE EXPERIÊNCIA

TRÊS EXPERIÊNCIAS DE COMBATE À DESINFORMAÇÃO NO SOS IMPRENSA

RESUMO

Este texto relata três experiências do projeto de extensão SOS Imprensa de alfabetização midiática para o combate à desinformação no âmbito da Semana Universitária (Semuni) da Universidade de Brasília e do subprojeto SOS Escolas, em que são visitadas escolas de Ensino Médio da rede pública do Distrito Federal. Assim, descreve-se três oficinas, relativas, primeiro, à Semuni (**Como ler a mídia e como identificar desinformação e fake news**) e, num segundo momento, a oficina **Como identificar desinformação e fake news** aplicada ao Ensino Médio. As três atividades, para além de serem braços importantes das ações extensionistas do SOS Imprensa, demonstram que há uma necessidade e uma demanda premente da comunidade atendida pelo projeto relacionadas a esses temas, e, ainda, o interesse em compreender como a mídia funciona e como avaliar criticamente conteúdos desinformativos.

PALAVRAS-CHAVE

Desinformação. *Fake news*. Alfabetização midiática. Extensão. SOS Imprensa.

1. INTRODUÇÃO

A desinformação segue como um problema grave da sociedade contemporânea e já não há mais nenhuma possibilidade de pensá-la como um termo da moda ou uma palavra passageira. Pelo contrário, foi eleita durante o Fórum Econômico Mundial de 2024, que ocorre anualmente em Davos (Suíça), como o maior risco global nos próximos dois anos¹. Identificá-la como ameaça mundial implica também em pensar soluções para esse problema em níveis locais, uma vez que a desinformação atravessa os sujeitos nos espaços em que

1 Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/como-lidar-com-desinformacao-risco-global>. Acesso em 17 mar. 2024.

estes se encontram e se casa com suas crenças, desejos, percepções de mundo, cultura.

Uma das mais importantes estratégias nesse sentido é reconhecidamente a educação mediática², que é comumente definida como

[...] o conjunto de conhecimentos, capacidades e competências (e os processos da respectiva aquisição) relativas ao acesso, uso esclarecido, pesquisa e análise crítica da mídia, bem como as capacidades de expressão e de comunicação através desses mesmos media (Pinto *et al*, 2011, p. 24)

Dessa maneira, a educação mediática forma os cidadãos de modo que consigam interpretar os produtos mediáticos e seus conteúdos de maneira crítica e autônoma, e diante do atual ecossistema desinformativo (Wardle, 2017).

Com 28 anos de atuação como projeto extensionista na Universidade de Brasília (UnB), tendo formado centenas de jornalistas e passado por diversas fases, o SOS Imprensa encampou nos últimos anos (desde 2017) a perspectiva de que deveria se unir aos esforços coletivos de fomento de enfrentamento desse cenário, levando em consideração a própria responsabilidade social que permeia, ao mesmo tempo, o jornalismo, a formação para a profissão, o papel do professor e os fundamentos da universidade pública no Brasil.

Neste relato, são apresentadas três experiências recentes do SOS, no formato de oficinas. Duas delas foram realizadas durante a Semana Universitária (Semuni) da UnB: as oficinas **Como ler a mídia** e **Como identificar desinformação e fake news**. A Semana Universitária é um evento anual que movimenta toda a extensão da UnB, oferecendo cursos, palestras, oficinas e outros tipos de atividades voltadas tanto para a comunidade interna da universidade. Em 2023, nos cinco dias de Semuni, foram ofertadas 127 iniciativas – entre elas, as do SOS. A terceira atividade descrita aqui trata-se da oficina **Como identificar desinformação e fake news** adaptada ao subprojeto do

² Optamos aqui, conscientemente, por esta grafia. Contudo seu significado não difere, em hipótese alguma, daquele de educação midiática.

SOS Imprensa denominado SOS Escolas, no qual se oferecem oficinas de alfabetização mediática nas escolas de Ensino Médio do Distrito Federal.

2. SOS IMPRENSA

O SOS Imprensa é o mais antigo projeto de extensão da Faculdade de Comunicação, da Universidade de Brasília. Fundado em 1996, pelo hoje professor aposentado Luiz Martins. Inicialmente, se tratava de um projeto de apoio a vítimas da imprensa. Pouco depois, entretanto, esse foco foi ampliado, buscando auxiliar os mais diversos tipos de usuários da mídia e o projeto

[...] passa a ter três diferentes enfoques: monitoramento de casos de erros, abusos ou danos causados pela imprensa; leitura crítica; e media literacy, podendo receber quatro tipos de pedidos de “socorro” ou SOS: “Socorro, eu fui vítima da imprensa”; “Socorro, eu preciso da imprensa”; “Socorro, a imprensa precisa de ajuda” e, por fim, “Socorro, o cidadão precisa de outras imprensas”. (Parente e Pinto, 2017, p. 413)

A partir do ano 2000, o projeto virou um observatório de mídia, num momento em que os observatórios dessa natureza começaram a se tornar mais comuns no país – o que culminou com a fundação da Rede Nacional de Observatórios da Imprensa (RENOI), em 2005, até hoje uma das mais importantes redes de pesquisa da Associação Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor).

Desde 2017, o projeto mantém seu núcleo voltado para a crítica da mídia, atuando como um observatório de imprensa, mas também vem realizando continuamente ações de educação mediática, buscando interferir mais diretamente na formação da comunidade atendida, fornecendo instrumentos para uma apreensão cidadã dos produtos mediáticos.

No primeiro caso, o projeto se concentra na produção de textos de análise, feitos por seus estudantes (25 alunos em 2023), em que estes avaliam e interpretam desde o noticiário até obras da indústria cinematográfica. Os textos são disponibilizados no blog projeto¹ e divulgados pela perfil no Instagram². Ainda nessa instância, o projeto também produz um podcast, o SOSCast³, em que especialistas debatem a cobertura jornalística, sob o comando dos extensionistas.

Já no que diz respeito à educação mediática, seu âmago diz respeito às oficinas cujo cerne tem sido, desde 2007, a questão da desinformação. A pergunta norteadora é: como levar, por meio do projeto, uma formação que resulte num letramento mediático consciente dos participantes e que impacte na sua atuação cidadã no futuro?

3. AS OFICINAS

3.1 Oficina Como ler a mídia (Semuni)

Esta oficina, aberta à comunidade tanto interna quanto externa, teve como objetivo

[...] que o público possa, após a ação, compreender as mensagens dos meios de comunicação de maneira mais crítica e que, como produtores de conteúdo, profissional ou não, também possam ter uma atuação mais responsável em mídias digitais – cujo impacto pode ser extremamente relevante mesmo se tratando de indivíduos anônimos. Assim, a oficina “Como ler a mídia” tem como objetivo fornecer instrumentos, ferramentas de interpretação e roteiros para que os cidadãos se relacionem de maneira mais consciente com os conteúdos dos meios de comunicação. (Varão, 2023)

A oficina foi desenvolvida no dia 25 de setembro de 2023, com a participação de 16 extensionistas no papel de oficinairos. Todo o material utilizado, bem como o roteiro da oficina, foi elaborado e definido pelos extensionistas, sob supervisão da coordenação do projeto – em consonância com a ideia de que os estudantes extensionistas, voluntários ou bolsistas, são os verdadeiros protagonistas do projeto.

O percurso definido por eles seguiu o seguinte caminho: apresentação de conceitos referentes à mídia; explanação sobre como diferenciar os produtos mediáticos; explicação sobre como diferenciar informação noticiosa, opinião e entretenimento; dinâmica sobre *fake news* e discussão do papel do jornalismo.

A oficina teve a participação de 13 estudantes da universidade como público, pouco mais da metade estimada originalmente (25). Contudo, a interação foi alta e os participantes se mostraram satisfeitos com o aprendizado.

3.2 Oficina Como identificar desinformação e *fake news* (Semuni)

Esta oficina, aberta à comunidade tanto interna quanto externa, e teve um público maior que a anterior: 20 participantes. Infere-se que essa procura maior se deveu, justamente, pelo uso de termos de maior apelo e que representam, de fato um problema que preocupa a comunidade.

Nesta ação, o objetivo foi:

[...] O objetivo foi que o público pudesse, após a ação, compreender não só como esse tipo de conteúdo é produzido, mas perceber sua intencionalidade e características — e, a partir disso, se relacionar de forma mais consciente e cidadã com desinformação, sendo menos suscetível a ela. Assim, a oficina “Como identificar *fake news* e desinformação” teve como objetivo fornecer instrumentos para que os cidadãos se relacionem de maneira mais consciente com os conteúdos desinformativos, sobretudo aqueles que denominamos *fake news*. (Varão, 2023)

Apresentada no dia 26 de setembro de 2023, com a participação de 14 extensionistas no papel de oficinairos, a oficina também foi completamente planejada por esses estudantes, sob supervisão da coordenação do projeto.

Desse modo, o trajeto se deu de acordo com o seguinte roteiro: explicação sobre como diferenciar informação noticiosa, opinião e entretenimento; breve história das *fake news*; apresentação de casos de desinformação; jogo on-line cuja proposta é ensinar a gravidade da desinformação transformando o usuário num disseminador de *fake news*. Ganha o jogo quem tivesse sido mais ético ao longo das propostas de disseminação de informação incorreta e sensacionalista.

Nesta oficina, sobretudo durante o jogo, a integração entre extensionistas e comunidade foi alta, gerando comentários positivos por parte dos participantes. Muitos deles se sentiram extremamente mal por não conseguir, durante o jogo, sair do ciclo vicioso da desinformação – o que os levou a compreender, de fato, os motivos pelos quais esse tipo de conteúdo é extremamente danoso e anti-ético.

3.3 Como identificar desinformação e *fake news* (Centro Educacional 619, de Samambaia)

Esta oficina, realizada no dia 13 de novembro de 2023, integrou o SOS Escolas, braço do projeto voltado para ações de educação midiática em escolas de Ensino Médio do Distrito Federal. A intenção é fornecer educação midiática de qualidade a partir da universidade e inserir os estudantes da Faculdade de

Comunicação no contexto da comunidade, entendendo que a extensão é um “meio de comunicação” (Buffa, Canales, 2007) de mão dupla. São os estudantes da universidade que devem aprender ao entrar em contato com o entorno que os cerca.

Realizada no Centro Educacional 619, de Samambaia, Região Administrativa (RA)³ do DF, a oficina levou os estudantes extensionistas do SOS Imprensa a 40km de distância da Universidade de Brasília. Dessa vez, em função dos problemas de logística e transporte, apenas seis extensionistas participaram da oficina como oficineiros. Contudo, em torno de 25 alunos do Ensino Médio da escola compareceram à oficina.

Novamente, o roteiro foi definido pelas estudantes, sob supervisão da professora e seguiu os mesmos procedimentos da oficina oferecida na Semuni, apenas com exemplos e discussões mais adequadas à faixa etária (adolescentes).

No caso da ida ao Centro Educacional 619, todavia, o jogo não pôde ser executado por problemas com a internet. Mesmo assim, foi notório o engajamento dos alunos da escola, o que resultou em confirmação de novas oficinas no Centro Educacional 619, mesmo com a distância.

Os extensionistas também expressaram profunda satisfação em sair das cercanias da universidade, conhecer uma RA afastada do centro de Brasília e perceber o comprometimento dos estudantes da escola.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As oficinas do SOS Imprensa, retomadas no formato presencial desde 2022, reforçam o aspecto sempre assinalado pela coordenação do projeto, que, ao fazer a análise da mídia ou oferecer um ferramental para a comunidade que a possibilite avaliar melhor os conteúdos dos meios de comunicação e também dos processos e produtos de desinformação, o aprendizado que se conquista não é só o da comunidade, mas o do próprio estudante extensionista. No que diz respeito às oficinas aqui descritas, esses alunos aprendem sobre como identificar

³ Anteriormente chamadas de cidades-satélites.

desinformação e evitá-la sendo jornalistas, ao passo que ensinam o que estão, ativamente, aprendendo.

Dessa forma, ao pensar estratégias de educação para mídia, os estudantes extensionistas não só reforçam seus laços com a comunidade, não apenas constroem modos de transferir conhecimento, mas eles próprios adquirem um saber novo e profundo sobre a sociedade em que estão inseridos, sobre formas de estar no mundo de maneira construtiva e dialogada, sobre transformações e mudanças de dentro para fora. Em suma, aprendem sobre os reais sentidos da extensão universitária.

REFERÊNCIAS

Buffa, Ester; Canales, Renata Pereira. Extensão: meio de comunicação entre universidade e comunidade. **EccoS – Revista Científica**, [S. l.], v. 9, n. 1, p. 157–170, 2008. DOI: 10.5585/eccos.v9i1.492. Disponível em: <https://periodicos.uninove.br/eccos/article/view/492>. Acesso em: 17 mar. 2024.

Parente, Cristiane; Pinto, Manuel. (2017). SOS Imprensa: 20 anos de exercício de cidadania e educação. In: Pereira, Sara; Pinto, Manuel (org.): **Literacia, Media e Cidadania – Livro de Atas do 4.º Congresso** (pp. 410-422). Braga: CECS.

Pinto, Manuel; Pereira, Sara; Pereira, Luis; Ferreira, Tiago Dias. **Educação para os media em Portugal: experiências, atores e contextos**. Universidade do Minho, 2011. Disponível em: <<https://bit.ly/2qWTqBV>>. Acesso em: 17 mar. 2024.

Varão, Rafiza. **Proposta de oficina: Como ler a mídia**. Brasília, 2023. Documento não publicado.

Varão, Rafiza. **Proposta de oficina: Como identificar desinformação e fake news**. Brasília, 2023. Documento não publicado.

Wardle, Claire.; Derakhshan, Hossein. **Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking**. Estrasburgo: Council of Europe, 2017.

1 Disponível em: <https://sosimprensa.wordpress.com/>.

2 Disponível em: <https://www.instagram.com/sosimprensa/>.



3 Disponível em:

https://open.spotify.com/show/0M2ygPO4KkYg6zpiyJxg0h?si=4dXYy8cVQZqY826N84MqJA&utm_source=copy-link&nd=1&dlsi=979ed6b2ebcc441c