

Podemos confiar? O Letramento Midiático Entre os Alunos dos Cursos Pré-Vestibulares da Unesp Bauru¹

Alice Gonzalez²

Desirèe Assis³

Emanuele Almeida⁴

Giullia Colombo Caporrino⁵

Lorrana Marino⁶

Carlos Humberto Ferreira Silva Júnior⁷

Universidade Estadual Paulista, Bauru, SP

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo apresentar qual é o nível do letramento midiático entre as alunas e alunos dos cursos pré-vestibulares da Unesp/Bauru. Com intuito de compreender 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 diante de seu conhecimento prévio e hábitos de consumo de notícias. A partir desses dados, foi realizada uma análise quantitativa a fim de entender o que compreendem como mais ou menos confiáveis. Com o 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, prevalecendo convicções pessoais.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; informação; letramento midiático; desinformação.

Introdução

Nosso artigo está dividido em seis seções. A primeira delas, *A necessidade da checagem de informações*, explicamos a ampliação tecnológica e informacional desigual

¹ Trabalho apresentado no IJ07 – Comunicação, Espaço e Cidadania, da Intercom Júnior – XVI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual Paulista, Unesp, Bauru, e-mail: alice.gonzalez@unesp.br

³ Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual Paulista, Unesp, Bauru, e-mail: desiree.assis@unesp.br

⁴ Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual Paulista, Unesp, Bauru, e-mail: emanuele.s.almeida@unesp.br

⁵ Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual Paulista, Unesp, Bauru, e-mail: giullia.colombo@unesp.br

⁶ Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual Paulista, Unesp, Bauru, e-mail: lorrana.marino@unesp.br

⁷ Orientador do trabalho. Professor Bolsista do Curso de Jornalismo da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da Universidade Estadual Paulista, Unesp/Bauru, e-mail: carlos.jr@unesp.br

nas sociedades atuais e, diante dessa realidade, foi explicitada a necessidade da checagem de informações por partes dos indivíduos. E a partir disso, decidimos por realizar esse trabalho de análise crítica dos produtos informativos pelos alunos dos cursinhos pré-vestibulares. A seguir, temos *Contextualizando os cursinhos, nosso público-alvo*, em que apresentamos as características escolares dos alunos, onde se localizam os cursinhos, que tipo de trabalho desenvolvem e a qual unidade administrativa estão vinculados. Em *O que perguntamos? O questionário como método de coleta de dados*, abordamos detalhadamente o processo de construção do formulário online - ferramenta escolhida para coleta dos dados. Nesse momento, destrinchamos as notícias, explicitando de onde foram retiradas. Então, começamos a apresentar os dados em *Os primeiros dados*, mostrando os resultados que obtivemos, desde a primeira seção voltada à compreender o perfil dos alunos que responderam anonimamente, até a seção em que avaliamos o recebimento de notícias, ambas com auxílio de gráficos. Logo em seguida constatamos em *Sobre os níveis de identificação das notícias* diversas convergências entre estes dados. Por isso, relacionamos ambas as seções do formulário estruturado e chegamos às conclusões expostas em *Considerações Finais*.

Este trabalho foi desenhado com 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) nos alunos dos cursinhos pré-vestibulares da Unesp de Bauru. Para isso, realizamos e distribuimos digitalmente um questionário estruturado, no qual foram testadas e averiguadas as capacidades de identificação de conteúdos que possuíam informações confiáveis, daqueles que não possuíam. O questionário foi elaborado tendo como objetivo verificar a capacidade dos alunos em identificar e distinguir informações verdadeiras das falsas, na qual os respondentes apontam o nível de concordância ou discordância dentro de um enunciado pré-fixado.

A necessidade da checagem das informações

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 desenfiados circulando incessantemente, muitas vezes reproduzem em *ipsi litteris*, sem mencionar na numerosa quantidade de informações irreais que caminham por esses meios. O leitor, por sua vez, tem a responsabilidade de 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.

Diante dessa dualidade exposta, foi decidido 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 estabelecidos 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.

Contextualizando os cursinhos, nosso público-alvo

Os questionários foram aplicados em três cursos pré-vestibular populares, localizados na Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho - 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 a 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%.

O que perguntamos? O questionário como método de coleta de dados

No intuito de colher dados quantitativos e posteriormente avaliá-los, foi escolhida a elaboração de questões em um formulário online e 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 avaliativa, para entender 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 familiarizadas estão com os conteúdos jornalísticos e suas características. Na primeira seção do formulário, encontram-se as seguintes perguntas sendo que, com exceção das três primeiras, são do tipo *caixa de seleção* - passível de mais de uma resposta:

Tabela 1: Perguntas de perfil

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. Sua família assina algum jornal ou revista? - Jornal digital; Jornal impresso; Revista impressa; Revista digital; Não assino
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 a 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 últimas perguntas do tipo *caixa de seleção*, em que os estudantes poderiam selecionar mais de uma alternativa.


Tabela 2: Verificando os gêneros jornalísticos

1. De 0 a 5 quanto você acha importante checar notícias (sendo 1 <i>pouco importante</i> e 5 <i>muito importante</i>)
2. De 0 a 5 quanto você costuma checar notícias? (sendo 1 <i>não checo</i> e 5 <i>sempre checo</i>)
3. Qual a ou as principais características de uma fake news? - 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 das capturas de tela que trazem notícias, sejam elas falsas ou verdadeiras. As notícias acompanham uma imagem e as seguintes perguntas:

Tabela 3: Analisando o grau de letramento midiático

<p>1. Você considera a notícia abaixo (imagem 1): - Falsa; Verdadeira</p> <div data-bbox="414 616 1141 1176" data-label="Image">  </div>
<p>2. Por que você acha isso? - Já tinha ouvido sobre; Pesquisei no Google; Parece confiável; Parece falsa</p>
<p>3. Caso queira, justifique sua resposta:</p>
<p>4. Você considera a notícia abaixo (imagem 2): - Falsa; Verdadeira</p> <div data-bbox="534 1377 1061 1904" data-label="Image">  </div>
<p>5. Por que você acha isso? - Já tinha ouvido sobre; Pesquisei no Google; Parece confiável; Parece falsa</p>
<p>6. Caso queira, justifique sua resposta:</p>

7. Você considera a notícia abaixo (imagem 3):

- Falsa; Verdadeira



8. Por que você acha isso?

- Já tinha ouvido sobre; Pesquisei no Google; Parece confiável; Parece falsa

9. Caso queira, justifique sua resposta:

10. Você considera a notícia abaixo (imagem 4)

- Falsa; Verdadeira



11. Por que você acha isso?

- Já tinha ouvido sobre; Pesquisei no Google; Parece confiável; Parece falsa

12. 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 retirado do Facebook do portal de notícias 180graus, publicada no dia

15 de abril de 2016, mas foi retirada 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 jornal Sensacionalista, no dia 8 de setembro de 2020. A manchete era *Novo curso de Betina ensinará a ficar bilionário estocando arroz*; e por fim, a notícia 4 foi retirada 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*.

É importante dizer também que o questionário é uma ferramenta prática e que possibilita a captação de dados em larga escala, devido a pandemia do Covid-19, para manter a segurança tanto das pesquisadoras, quanto 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.

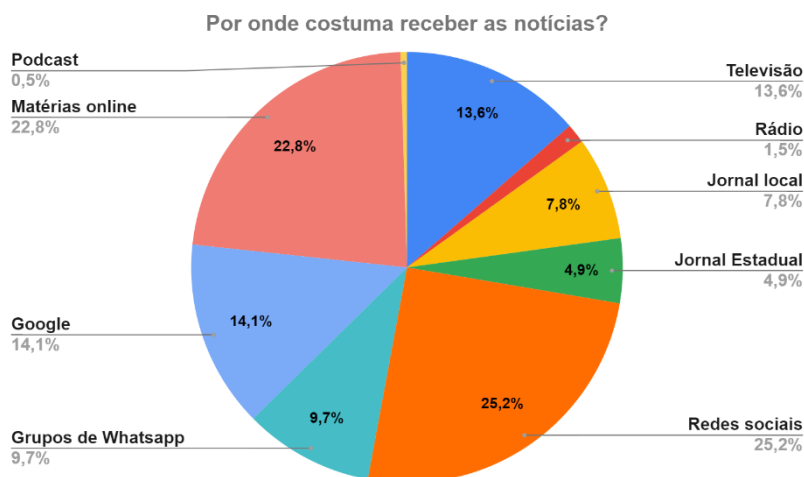
Os primeiros dados

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 todo, 77% (47) se identificam com o gênero feminino e 23% (14) com o masculino, e ninguém optou por não se identificar.

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%) 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?

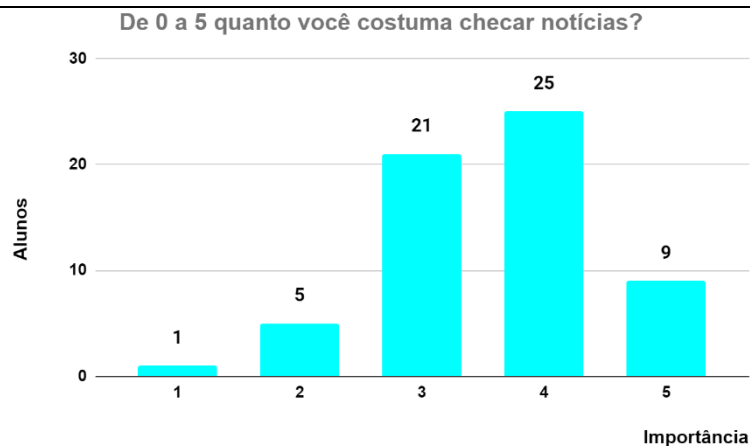


Fonte: Elaborado pelas autoras

Quando questionados sobre a assinatura de algum jornal ou revista, seja ele online ou físico; dentro dos 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% são referentes aos que já possuem assinatura e 4,8% apresentam 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, seguido de 16,4% que assinalaram o valor 4. A predominância dos valores na escala cai para 4 e 3, quando questionados sobre o quanto costumam checar as notícias, gerando 40,9% (25 alunos) e 34,4% (21 alunos), respectivamente.

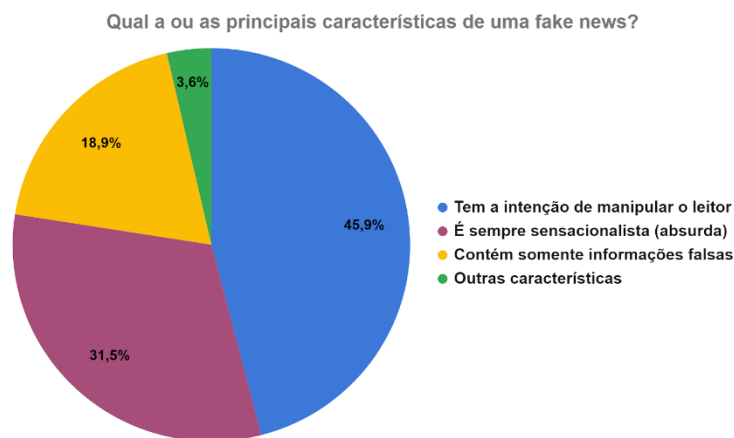
Gráfico 2: Quanto você costuma checar notícias?



Fonte: Elaborado pelas autoras

Quantificando as respostas referentes aos conhecimentos dos estudantes sobre as características de uma fake news, 45,9% concordam 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.

Gráfico 3: Qual a principal características de uma fake News?

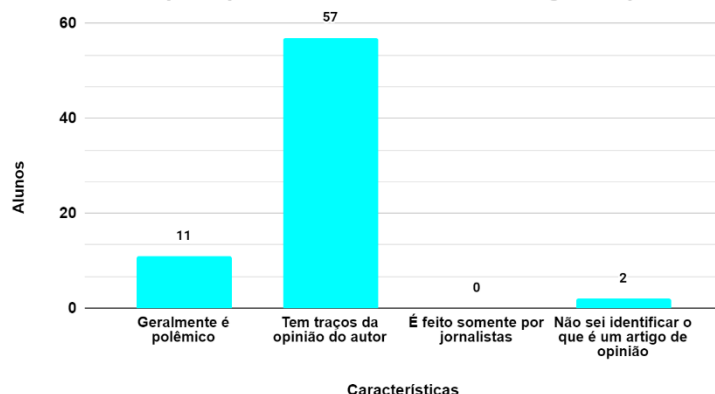


Fonte: Elaborado pelas autoras

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 4: Quais as principais características de um artigo de opinião?

Qual a ou as principais características de um artigo de opinião?

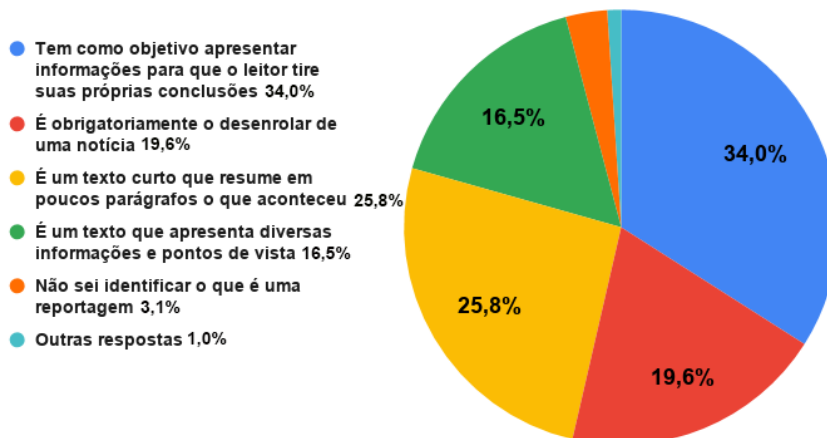


Fonte: Elaborado pelas autoras

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

Gráfico 5: Quais as características de uma reportagem?

Qual a ou as principais características de uma reportagem?



Fonte: Elaborado pelas autoras

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. Dentre as justificativas para a resposta 17

alunos (27,87%) marcaram que a notícia parece 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.

A segunda notícia a ser julgada expressava informações mentirosas. Nesta, 56 (91,80%) dos estudantes a considerou falsa, enquanto 5 (8,20%) marcou-a 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, foi apresentado novamente um conteúdo com elementos irreais. Dentre os estudantes, 58 (95,08%) assinalaram a opção *Falsa*, enquanto 3 (4,92%) julgaram a informação verdadeira. 75,41% (46 indivíduos) dos alunos julgaram que a notícia parece falsa, enquanto 3,28% (2 indivíduos) pesquisaram no Google; 13,11% (8 indivíduos) já tinham ouvido sobre e 8,20% (5 indivíduos) apresentaram outras respostas.

A quarta e última notícia apresentou dados reais e 48 alunos (78,69%) a identificaram como tal, enquanto 13 (21,31%) julgou 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.

Sobre os níveis de identificação das notícias

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 a 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. Sendo que 75% acertaram a primeira notícia; 100% acertaram a segunda; 75% acertaram a terceira e 75% acertaram a última. No que diz respeito aos alunos que souberam identificar corretamente as características de uma fake news (27,86% do total), 88,24% reconheceram notícia 1, que era inverídica, como falsa e 11,76% julgaram como verdadeira. Já com a notícia 2, também falsa, houve um reconhecimento da não veracidade da informação de 100% dos indivíduos.

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

Já em relação a quanto costumam chegar as 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%), escolheram o número 1, correspondente a *nunca checar*. No grupo de gênero masculino, apenas 2 pessoas (14,29%) assinalaram 5, 57,14%, a maioria, escolheram o número 4, 21,43% optou pelo 3, somente uma pessoa (7,14%) colocou como 1 e nenhuma marcou como 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 identificar corretamente a notícia. 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%.

Dentre as pessoas que acertaram a notícia 1 (41 pessoas), ou seja, a assinalaram como verdadeira, 43,90% marcaram que a consideravam como *parece confiável*, 29,27% pesquisaram no Google, 19,51% já tinham ouvido falar sobre e 7,32% escreveram outras

respostas. Dos que erraram (20 pessoas) e a assinalaram como falsa, 85% disseram 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, a classificaram 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 como parece falsa.

Dentre as pessoas que acertaram a notícia 3 (58 pessoas), ou seja, 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 os 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, a assinalaram como verdadeira, 62,5% a consideraram como *parece confiável*, 25% já tinham ouvido falar sobre, 10,42% pesquisou no Google e uma pessoa (2,08%) escreveu outra resposta. Dentre 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 precisam assumir uma posição mais ativa dentro desse ambiente, checando as notícias e refletindo criticamente sobre aquilo que consome. Posto isso, mostra-se necessário o estudo das mídias.

Para confirmar essa necessidade, foi aplicado 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 assinar algum tipo de veículo informativo e identificar corretamente as notícias falsas e verdadeiras. Assinar um jornal não garante que o indivíduo saiba refletir criticamente, assim como a negativa também é válida.

Além disso, embora a maioria das pessoas tenha afirmado que considera importante checar notícias, poucas realmente assinalaram que têm a prática como hábito. Tal observação foi comprovada quando, no julgamento da veracidade das notícias, as opções *parece confiável* e *parece falsa* prevaleceram perante à *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 porque o indivíduo que considera importante checar notícias, ainda não o faz. Nesse sentido, fica à cargo do jornalismo encontrar a solução para que seus leitores compreendam de modo amplo as práticas da profissão, bem como desenvolvam uma responsabilidade frente à produção de conteúdo pertinente.

REFERÊNCIAS

BELLONI, Maria Luiza; BÉVORT, Evelyne; **Mídia-Educação: Conceitos, História e Perspectivas**. Campinas, SP: Educação e Sociedade, vol. 30, n. 109, p. 1081-1102, set./dez. 2009. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/es/v30n109/v30n109a08.pdf>>. Acesso em: 05 out. de 2020.

CAPRINO, Mônica Pegurer. **Projetos de mídia-educação nas ONGs brasileiras - Relatório de pesquisa de Pós-Doutorado – Programa PNPD/Capes (Relatório científico)**. São Bernardo do Campo: Póscom, 2016.

MARCONI, Maria de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica** 5 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

PERUZZO, Cilíia K. **Movimentos Sociais, cidadania e o direito à comunicação comunitária nas políticas públicas**. Revista Fronteiras, 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.

WILSON, Carolyn [et al]. **Alfabetização midiática e informacional: currículo para formação de professores**. Brasília: UNESCO, UFTM, 2013.