

Módulo 2 | O universo da informação

Orientações para aplicação do conteúdo formativo

MATERIAIS DISPONÍVEIS

- Apresentação em slides para oficinas e palestras;
- Este PDF com instruções e sugestões para o uso dos slides;
- Cartilha digital para o público 60+ (pode ser impressa);
- Vídeo introdutório ao tema.

Caro(a)icineiro(a),

Este material orienta a aplicação do conteúdo da formação *O universo da informação: o que essa mensagem quer de mim?*, módulo 2 do programa EducaMídia 60+, voltado ao letramento midiático e informacional de pessoas com mais de 60 anos.

Aqui você encontrará um detalhamento do conteúdo pedagógico desenvolvido no formato de slides para explorar e diferenciar gêneros textuais, a fim de que os participantes da atividade possam se relacionar criticamente com o universo da informação e com as diferentes intencionalidades de seus conteúdos.

Assim, este módulo tem como **objetivos**:

- Explorar diferentes gêneros textuais presentes nas mídias e provedores de informação.
- Comparar e diferenciar gêneros textuais a partir de suas características e funções no universo da informação.
- Analisar a intencionalidade dos diferentes conteúdos midiáticos em circulação nas plataformas digitais e redes sociais.

Assim, os **conteúdos** abordados nesta atividade serão:

- Diferença entre fato e opinião.
- Sátira.
- Diferença entre publicidade e propaganda.
- Notícia e método jornalístico.

- Mensagem e propósito.

No quadro a seguir você encontra orientações acerca dos slides que compõem a apresentação. Fique à vontade para customizar o conteúdo, conforme as necessidades do seu grupo e o nível de letramento midiático, por exemplo, selecionando apenas alguns dos tópicos do material, em vez de aplicá-lo na íntegra. No final do quadro, você encontrará um gabarito para a atividade proposta nos dois últimos slides.

Estimamos que a oficina completa dure **entre 60 e 90 minutos**, a depender das intervenções do grupo ou da necessidade de tempo para a prática. Isso deve ser avaliado por você antes da realização do encontro. Boa atividade!

	<p>O universo da informação</p> <p>Dê as boas-vindas ao grupo, apresente-se (caso não conheça a turma) e explique os propósitos desta atividade. Ler os objetivos da formação, descritos acima, é uma forma de deixar claro o que se espera do encontro.</p>
	<p>Este slide introduz o tema. A ideia deste conteúdo é deixar claro que especialmente as redes sociais são ambientes de livre expressão. Assim, você pode afirmar que com a popularização de recursos tecnológicos e ampliação do acesso à internet, produzir conteúdos faz parte do cotidiano das pessoas. Se alguém presenciar um fato na rua — por exemplo, o flagrante de um acidente de carro —, pode tirar fotos ou mesmo relatar o acontecimento em suas redes sociais. Dessa forma, é possível contar a quem nos segue os fatos do cotidiano, além de expressar opiniões sobre eles e outros assuntos e compartilhar conteúdos produzidos por outros, com os quais temos contato. Após essa breve exposição, você pode perguntar aos participantes o que eles mais costumam postar nas redes sociais.</p>



Fato ou opinião?

- Fatos podem ser comprovados.
- Opiniões são formas de ver, julgar e pensar.

Fato ou opinião?

Neste momento, começamos a diferenciar fato de opinião, levando-se em conta que muitas pessoas os confundem. Reforce que fatos são evidenciados e comprováveis, enquanto as opiniões, embora muitas vezes pautadas em fatos e em bons argumentos, expressam um posicionamento pessoal, um julgamento diante dos fatos, mas não são os fatos.

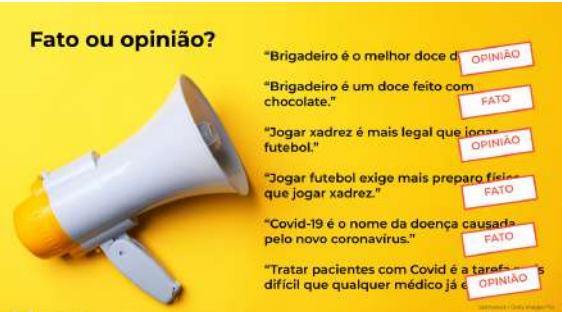


Fato ou opinião?

- "Brigadeiro é o melhor doce do mundo."
- "Brigadeiro é um doce feito com chocolate."
- "Jogar xadrez é mais legal que jogar futebol."
- "Jogar futebol exige mais preparo físico que jogar xadrez."
- "Covid-19 é o nome da doença causada pelo novo coronavírus."
- "Tratar pacientes com Covid é a tarefa mais difícil que qualquer médico já enfrentou."

É fato ou opinião?

Aqui, convidamos os participantes a refletir sobre as afirmações apresentadas no slide. Proponha que se reúnam em duplas para discutir cada uma delas e classificá-las como fato ou opinião. Caso o encontro seja remoto e não seja possível organizar os participantes em duplas, você pode abrir a discussão, pedindo que opinem livremente sobre as frases. O tempo previsto para esta dinâmica é de 10 minutos.



Fato ou opinião?

- "Brigadeiro é o melhor doce do mundo." **OPINIÃO**
- "Brigadeiro é um doce feito com chocolate." **FATO**
- "Jogar xadrez é mais legal que jogar futebol." **OPINIÃO**
- "Jogar futebol exige mais preparo físico que jogar xadrez." **FATO**
- "Covid-19 é o nome da doença causada pelo novo coronavírus." **FATO**
- "Tratar pacientes com Covid é a tarefa mais difícil que qualquer médico já enfrentou." **OPINIÃO**

É fato ou opinião?

Aqui, revelamos cada uma das frases:

Frase 1: trata-se de uma **opinião**, pois expressa um juízo de valor particular sobre um doce, com o qual pode-se concordar ou discordar.

Frase 2: trata-se de um **fato**, pois é indiscutível que brigadeiro é feito com chocolate.

Frase 3: trata-se de uma **opinião**, pois expressa um gosto pessoal de quem o afirma.

Frase 4: trata-se de um **fato**, uma vez que que o jogo de futebol é uma realidade que o futebol envolve muito mais desgaste físico, ao contrário do jogo de xadrez.

Frase 5: trata-se de um **fato**, pois a doença causada pelo novo coronavírus foi denominada Covid-19.

Frase 6: trata-se de uma **opinião**. Sabemos que a covid foi desafiadora para a classe médica, mas não é possível dizer que todos os médicos tiveram a mesma experiência com a doença. Outras enfermidades podem representar um

	<p>desafio maior que a covid, dependendo da especialidade do médico.</p>
<p>Fato ou opinião?</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="300 376 497 622"> <p>Dia Mundial do Idoso: Palavra Aberta lança projeto de educação midiática para maiores de 60 anos</p> <p>Coletção de cartilhas e guias tem o objetivo de desenvolver habilidades essenciais para público identificar e combater "fake news"</p> <p>Rutor EducaMídia Programa da Palavra Aberta</p> </div> <div data-bbox="513 376 737 622"> <p>Educação midiática também é para a terceira idade</p> <p>Com um número cada vez maior de idosos no universo digital, é necessário garantir que eles estejam preparados para aproveitar tudo o que o mundo digital possa proporcionar.</p> <p>Rutor Elisa Thobias Assistente de comunicação</p> </div> </div>	<p>Fato ou opinião?</p> <p>A intenção desse slide é exercitar a diferenciação entre fato e opinião. Leia os títulos dos conteúdos em destaque com o grupo. Depois, peça para que reflitam sobre cada um deles, pedindo que opinem sobre qual deles trata de um fato e qual expressa uma opinião.</p>
<p>Fato ou opinião?</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="258 745 497 992"> <p>Dia Mundial do Idoso: Palavra Aberta lança projeto de educação midiática para maiores de 60 anos</p> <p>Coletção de cartilhas e guias tem o objetivo de desenvolver habilidades essenciais para público identificar e combater "fake news"</p> <p>FATO</p> <p>Rutor EducaMídia Programa da Palavra Aberta</p> </div> <div data-bbox="513 745 769 992"> <p>Educação midiática também é para a terceira idade</p> <p>Com um número cada vez maior de idosos no universo digital, é necessário garantir que eles estejam preparados para aproveitar tudo o que o mundo digital possa proporcionar.</p> <p>OPINIÃO</p> <p>Rutor Elisa Thobias Assistente de comunicação</p> </div> </div>	<p>Fato ou opinião?</p> <p>Neste slide, revelamos que o primeiro conteúdo trata-se de um fato. Isso porque trata-se de um acontecimento, comprovado por meio de eventos produzidos pelo EducaMídia e materiais que o programa disponibilizou na plataforma do novo projeto. Diferentemente, o segundo conteúdo é uma opinião, uma vez que expressa um juízo de valor particular sobre a necessidade de pessoas da terceira idade também serem midiaticamente educadas. Vale ressaltar que mesmo que a opinião seja unânime, ela não se transforma em fato, mas apenas num ponto de vista comum sobre algo.</p>
 <p>“Todo mundo tem direito às suas próprias opiniões. Mas não aos seus próprios fatos.”</p> <p>Daniel Patrick Moynihan, senador americano</p>	<p>Esta citação aprofunda a problematização sobre fato e opinião. Após lê-la com seu grupo, reforce que inventar fatos não é questão de opinião, mas de intenção de enganar outras pessoas.</p>



Sátira

A intenção deste slide é introduzir o gênero textual “sátira” junto ao grupo. Leia com os participantes o título do conteúdo. Depois pergunte: E este conteúdo? O que acham que ele é?



Sátira

Aqui revelamos que não se trata nem de fato nem de opinião, mas uma sátira, isto é, uma piada, uma crítica bem-humorada a alguma situação. No caso deste conteúdo, trata-se de um texto com aparência de notícia, publicado no site Sensacionalista, que debocha da alta do preço da gasolina. Dessa forma, reforce com seu grupo que ser um leitor experiente significa também conhecer os veículos e mídias que divulgam as informações.



Publicidade ou propaganda?

Aqui, introduzimos a diferença entre publicidade e propaganda. Peça ao seu grupo para observar as duas imagens e arriscar o palpite sobre qual delas refere-se à publicidade e qual é a propaganda.



Publicidade ou propaganda?

Aqui, revelamos que a primeira imagem, da Calman, trata-se de uma publicidade, um tipo de mensagem que pretende convencer o público a comprar produtos ou serviços. A segunda imagem refere-se a uma campanha de vacinação e, por isso, é uma propaganda, mensagem que convence o público a adotar um comportamento específico. Ambas são persuasivas e, por essa razão, é muito comum confundir os dois gêneros, referindo-se a todos como propaganda.

Jornalismo

A **notícia** é um gênero jornalístico que relata fatos que acabaram de acontecer.

Uma notícia:
É **objetiva**.
É **equilibrada**.
Apresenta **evidências**.
Cita **especialistas**.
Pode ser **atribuída a alguém**.



Jornalismo

Agora, vamos conhecer características de outro gênero: a notícia, o mais corriqueiro da atividade jornalística, uma vez que este relata fatos recentes, isto é, que acabaram de acontecer. Neste tópico é importante dizer ao seu grupo que as notícias não são neutras, pois envolvem escolhas do autor acerca do que noticiar e das fontes às quais irá se valer para construir a informação. No entanto, a notícia:

- é **objetiva**, evitando juízo de valor sobre os acontecimentos;
- é **equilibrada**, apresentando diversos lados de uma mesma questão.
- apresenta **evidências**, isto é, elementos que permitem atestar a veracidade do fato relatado.
- cita **especialistas**: se houver juízo de valor este não é do autor da notícia, mas de especialistas consultados e que têm autoridade para fazer análises e emitir opiniões.
- pode ser **atribuída a alguém**: as notícias são, em sua maioria, assinadas por seus autores.

Fato, informação ou notícia?



Fato: o relógio existe.

Informação: horário marcado pelo relógio.

Notícia: relógio da torre despenca.

Por: Adão e Adão, 2010

CC BY-SA 4.0

Fato, informação ou notícia?

Neste tópico, ressaltamos que informação não equivale à notícia, mas que a notícia é um tipo de informação. Nesse sentido, a imagem ao lado ajuda os participantes da atividade a se darem conta disso. No caso do relógio da torre da Central do Brasil, o fato é que o relógio existe e o horário marcado nele é uma informação, que pode ser útil a quem passa todos os dias por ele. Uma notícia, no entanto, seria um acontecimento envolvendo o relógio, como, por exemplo, se ele despenca. Caso isso acontecesse, viraria notícia imediatamente, contemplando os 4 i's que colaboram para transformar um fato em notícia: Incomum, Interessante, Importante, Impactante.

Método jornalístico

As informações divulgadas pela imprensa passam por **pesquisa, apuração, checagem e edição** antes de serem publicadas.

EDUCAÇÃO

Método jornalístico

Neste tópico, enfatize que o trabalho jornalístico é orientado por critérios e métodos de investigação sobre a realidade. A escrita da notícia é apenas uma parte desse complexo e rigoroso processo, que envolve pesquisa, apuração, checagem e edição. Tudo isso para construir uma informação confiável e precisa.

“A população pode e deve posicionar-se para que a atividade jornalística seja exercida da maneira mais responsável possível, sem demonizar a imprensa enquanto instituição, pois essa postura enfraquece a democracia.”

Ano Claudio Ferraz, Danilo Machado e Mariana Ochi | Guia da Educação Midiática (2020)

EDUCAÇÃO

Com esta citação, presente no Guia da Educação Midiática, queremos reforçar o papel fundamental do jornalismo na sociedade como meio de ajudar as pessoas a entender o que se passa no mundo. Explique isso aos participantes, reforçando que o compromisso do jornalismo em apurar e relatar a realidade é fundamental à democracia, pois é preciso acessar informações confiáveis e plurais para tomar decisões, fazer reivindicações e exercitar outras formas de participação.

O que essa mensagem quer de mim?

VAMOS OLHAR MAIS ATENTAMENTE?

EDUCAÇÃO

O que essa mensagem quer de mim?

Aqui, queremos introduzir a reflexão sobre a necessidade de procurar entender a intenção de cada conteúdo da mídia com o qual temos contato. Nesse sentido, você pode dizer que uma postura interessante é ter o hábito de “entrevistar a informação”, interagir com ela e não consumi-la passivamente. Dessa forma, perguntar “O que essa mensagem quer de mim?” é essencial para fazer uma leitura crítica da informação.

Essa mensagem tem um propósito.

DOCUMENTAR	INFORMAR	INFLUENCIAR	PERSUADIR	ENTRETER OU CRITICAR	VENDER
Dados, imagens e outros materiais sem verificação ou edição. Podem servir de ponto de partida para o jornalismo. A mensagem é registro.	Atividade de busca, verificação e divulgação de informações de interesse público, a partir de fatos. A mensagem é jornalística.	Avaliação pessoal sobre um determinado assunto. Pode ou não ser baseada em fatos. A mensagem é opinião.	Conteúdo pensado para influenciar (positiva ou negativamente) atitudes e comportamentos. Pode gerar mobilização. A mensagem é propagandista.	Peças de humor ou sátira que podem ser construídas a partir de um fato, mas não têm compromisso com verificação ou verdade. A mensagem é sátira ou humor.	Atividade de divulgação de produto, marca ou conceito, que pode se valer das emoções do público. A mensagem é publicidade.

EDUCAÇÃO

Mensagem e propósito

Neste slide, começamos a sistematizar os aprendizados desta atividade. No topo da tabela, temos os verbos “documentar”, “informar”, “influenciar”, “persuadir”, “entreter ou criticar” e “vender”, que se referem às intenções do que está descrito logo abaixo deles. Assim, explique ao grupo:

	<ul style="list-style-type: none"> - Dados brutos sem contexto, verificação ou edição, como fotos arquivadas de uma situação específica ou dados estatísticos ainda não sistematizados, documentam fatos e servem de subsídio para a construção de informações. - A intenção do jornalismo é informar, com base em evidências coletadas na realidade. - A opinião tem como objetivo influenciar pessoas, a partir da avaliação pessoal do seu autor. Quanto mais o autor baseia-se em dados, mais sólido é seu argumento e, conseqüentemente, mais forte é a argumentação em defesa do seu ponto de vista. - A intenção da sátira é entreter com humor, sem compromisso com a veracidade, ainda que seja construída a partir de um fato. - A propaganda, como vimos, pretende persuadir o público, influenciando-o a adotar atitudes e comportamentos específicos. - Por fim, a publicidade também persuade, mas com a intenção de vender um produto ou serviço.
<p>O que essa mensagem quer de mim?</p> <p>Escolha dois desses conteúdos para ler / assistir:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Muito além da beleza: autoestima é estado de espírito e precisa ser nutrida (Universa/UOL) 2. Gêmeos siameses se veem pela 1ª vez após cirurgia de separação (BBC News Brasil) 3. Montadora lança carro com tanque de 5 litros para brasileiro voltar a ter o prazer de dizer: 'pode completar' (O Globo) 4. Não deixe que o Coronavírus tire alguém da sua família (Governo do Estado da Bahia) <p>O que essa mensagem quer de mim?</p> <p>Após acessá-las, reflita:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Que tipo de conteúdo você acessou? 2. Quais são suas principais características? 3. O que os autores desses conteúdos esperam de quem acessá-los? <p>Ao final, troque impressões com um colega.</p>	<p>[ATIVIDADE PRÁTICA] O que essa mensagem quer de mim?</p> <p>Aqui, propomos uma atividade prática, de análise crítica de 4 diferentes tipos de conteúdo midiático. Deixe seu grupo à vontade para escolher, a partir dos títulos, dois desses conteúdos para explorar. Dê a eles de 1 a 3 minutos para definir quais conteúdos visitarão.</p> <p>Na sequência, apresente as questões do próximo slide.</p> <p>Reserve entre 20 e 30 minutos para que os participantes acessem e discutam os conteúdos, com base nas perguntas propostas.</p> <p>Algumas observações sobre os conteúdos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - O primeiro conteúdo proposto é um texto longo. Você pode dizer

	<p>aos que escolherem este conteúdo que não precisam lê-lo na íntegra para fazer a análise. Os 4 primeiros parágrafos, para a atividade, é suficiente para entender a intenção da autora.</p> <ul style="list-style-type: none"> - O segundo e o último conteúdos propostos envolvem vídeos curtos. Os que escolherem assisti-los devem dispor de fones de ouvido. - Caso o seu grupo seja pequeno, você pode definir previamente os 2 conteúdos a serem analisados. Se houver tempo suficiente, todos eles podem ser analisados com a sua condução.
--	--

[ATIVIDADE PRÁTICA] Respostas esperadas para as perguntas propostas:

Quais os gêneros textuais dos conteúdos que você acessou?

- **OPINIÃO:** [Muito além da beleza: autoestima é estado de espírito e precisa ser nutrida \(Universa/UOL\)](#)
- **NOTÍCIA:** [Gêmeas siamesas se veem pela 1ª vez após cirurgia de separação \(BBC News Brasil\)](#)
- **SÁTIRA:** [Montadora lança carro com tanque de 5 litros para brasileiro voltar a ter o prazer de dizer: 'pode completar' \(O Globo\)](#)
- **PROPAGANDA:** [Não deixe que o Coronavírus tire alguém da sua família \(Governo do Estado da Bahia\)](#)

Quais são suas principais características:

- **OPINIÃO:** a autora expressa o seu ponto de vista particular sobre autoestima, a partir de suas experiências pessoais.
- **NOTÍCIA:** relata um fato e apresenta evidências de sua veracidade.
- **SÁTIRA:** é uma piada feita acerca da alta no preço do litro da gasolina.
- **PROPAGANDA:** é um incentivo ao expectador a preservar entes queridos da Covid-19.

O que os autores desses conteúdos esperam de quem acessá-los?

- **OPINIÃO:** a autora quer **influenciar** pessoas a entender a autoestima como um estado de espírito.
- **NOTÍCIA:** o autor deseja **informar** pessoas sobre um caso inusitado de separação de gêmeas siamesas.
- **SÁTIRA:** o autor deseja **entreter** pessoas ao debochar da alta do preço do combustível.

- **PROPAGANDA:** o autor deseja **persuadir** pessoas a praticar o isolamento social, no contexto da pandemia da Covid-19.