

Educação midiática: o poder da informação – Desvendando fake news

Conteúdos

- Compartilhamento de informações na internet;
- Critérios de avaliação de confiabilidade;
- Responsabilidade e ética no uso da internet.

Objetivos

- Analisar postagens para avaliar sua confiabilidade;
- Aplicar o uso de uma tabela de análise para classificar postagens como verdadeiras, falsas ou duvidosas;
- Refletir como curtidas, comentários e compartilhamentos influenciam a visibilidade de um conteúdo nas redes sociais.

O que ganha o seu clique?

Na internet, algumas informações são feitas para chamar nossa atenção.

Observe o título de um vídeo do YouTube:

Para refletir

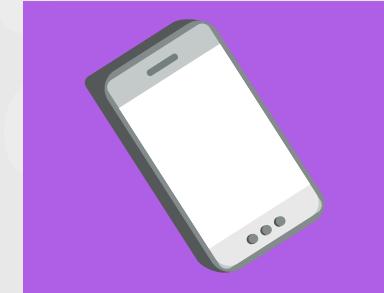
The screenshot shows a YouTube video thumbnail. The title is "VOCÊ NÃO VAI ACREDITAR NESSA HISTÓRIA!". The channel is "República Coisa de Nerd" with 2,57 mi de inscritos. Below the channel info are interaction buttons: "Inscrever-se" (Subscribe), "33 mil" likes, "Compartilhar" (Share), "Salvar" (Save), "Download", and three dots for more options. At the bottom, it says "377.093 visualizações 13 de set. de 2025" and a description: "Leon e Nilce reagem (react) aos contos e lendas baseados em fatos reais que chocaram ou não a vida de pessoas na internet e também no mundo!".

Você clicaria nesse vídeo? Por quê?

Agora, observe estas duas manchetes:

Em qual você clicaria?
Por quê?

Manchete 1

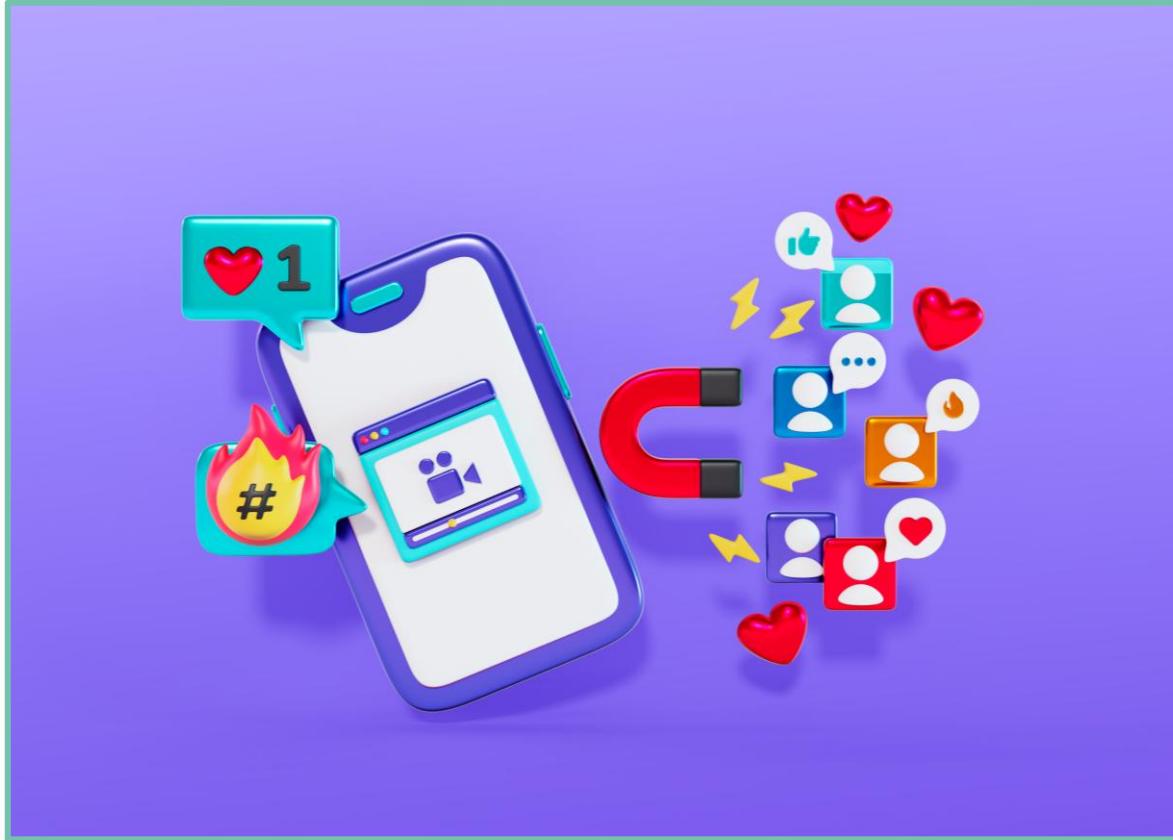


Celulares vão começar a controlar nossas decisões, dizem especialistas.

Manchete 2



Nova atualização usa IA para melhorar desempenho e experiência do usuário de smartphones.



Caça-cliques

Os dois casos usam estratégias para chamar nossa atenção.

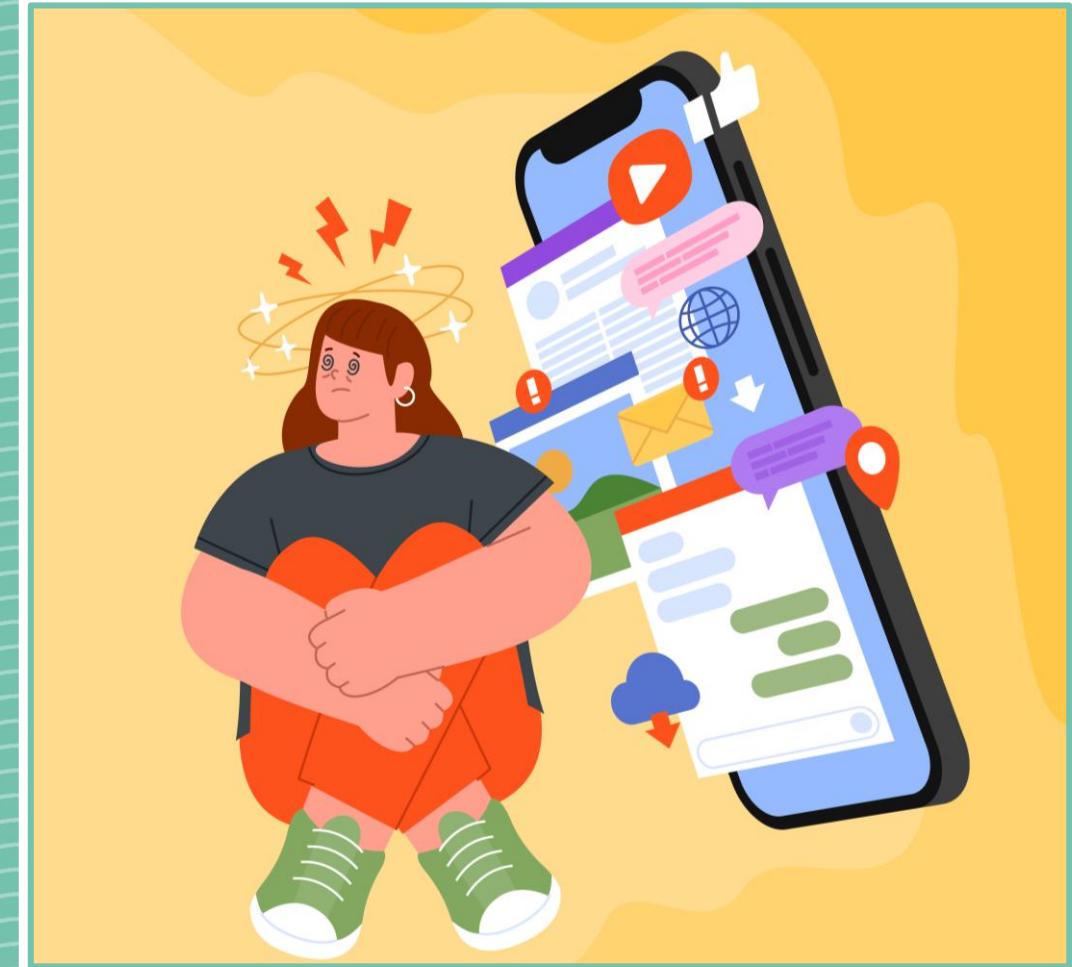
O título do vídeo usa um *clickbait*.

Clickbait (isca de cliques): usado em títulos, **atrai cliques** por meio da **curiosidade**.

Mexendo com suas emoções

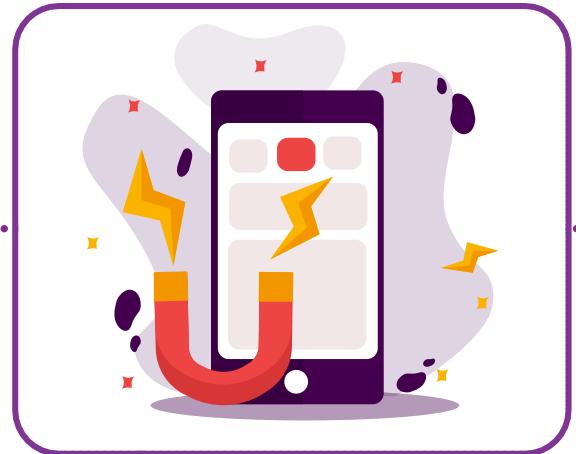
Já a primeira manchete usa o **sensacionalismo**.

Sensacionalismo: **distorção ou exagero** dos fatos para causar **impacto emocional**, geralmente despertando, medo, choque ou raiva.



Os dois são parecidos, mas têm objetivos diferentes.

O **sensacionalismo** mexe com as emoções e costuma distorcer os fatos.

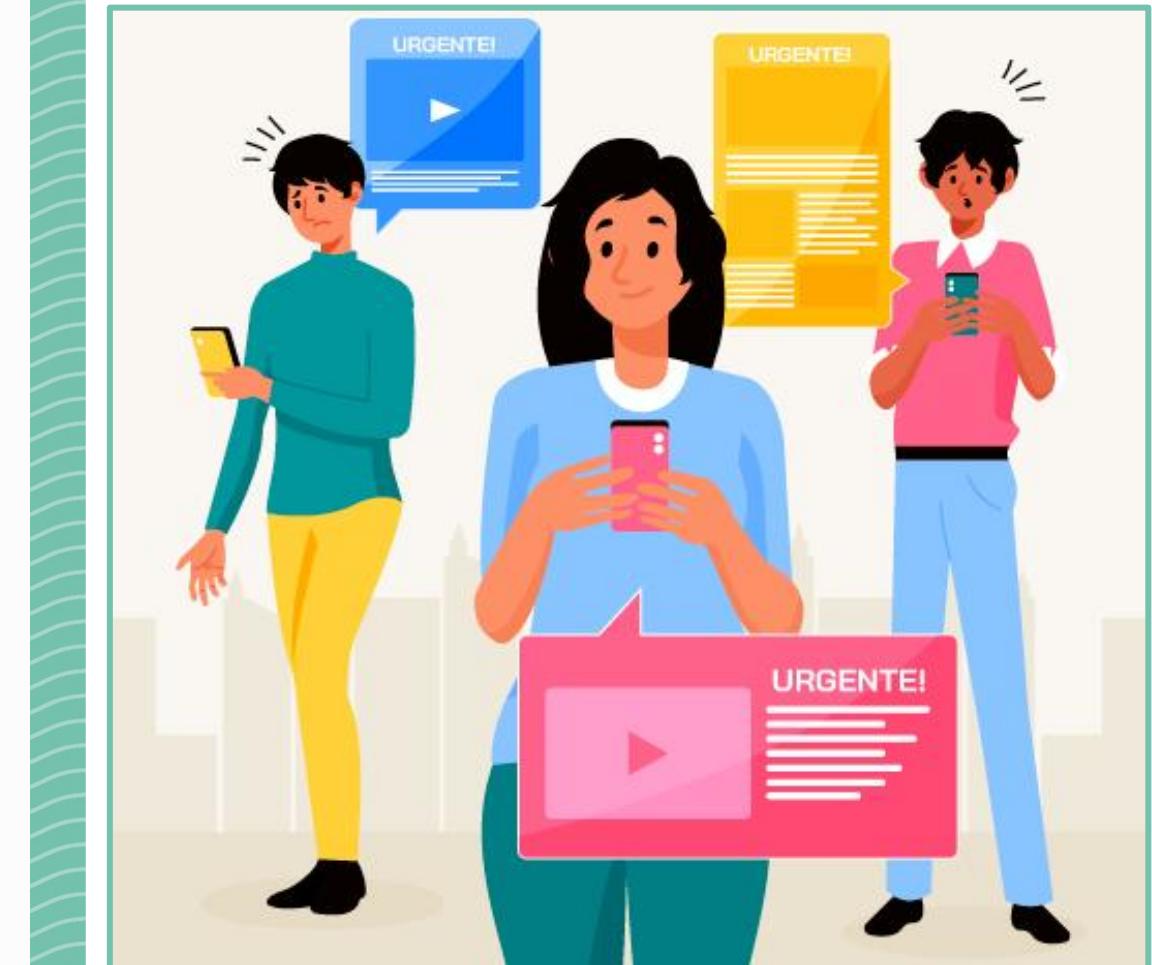


O **clickbait** atrai cliques por meio de informações vagas.

Engajamento

Por isso, devemos checar antes de engajar (curtir, comentar ou compartilhar).

Interagir com um conteúdo aumenta seu alcance. Com isso, ele chega para mais pessoas e pode espalhar uma desinformação.

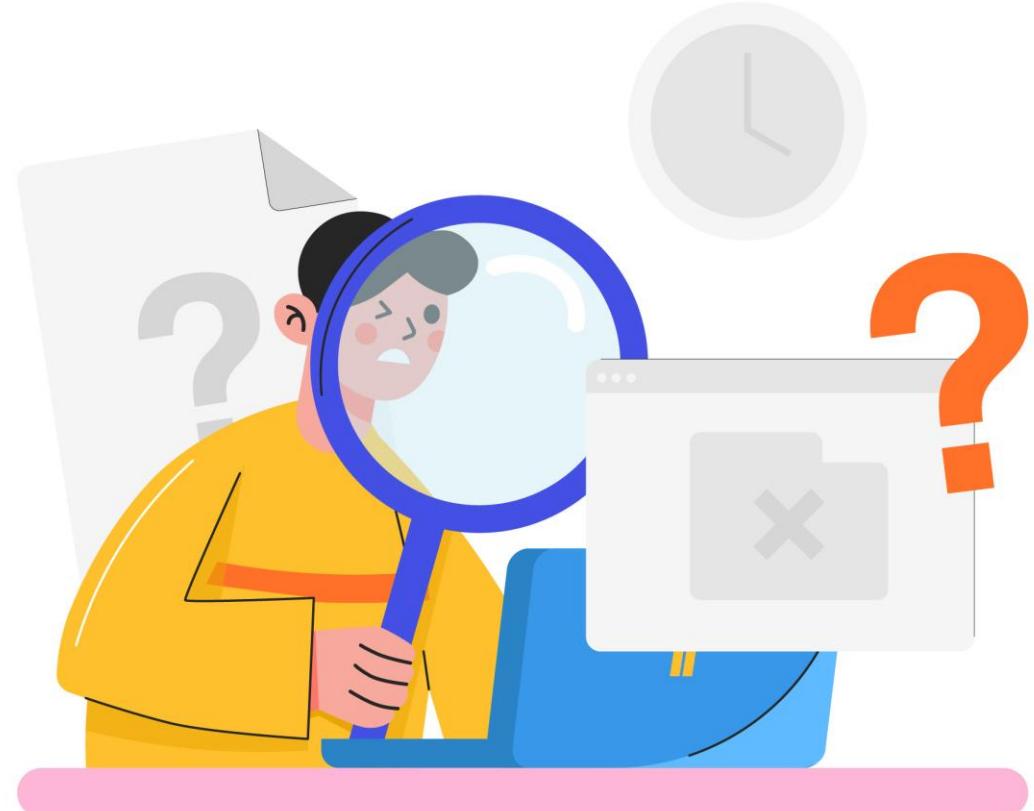


© Freepik

Checagem dos fatos

Para checar uma informação, confira:

- A fonte é confiável?
- O autor é conhecido?
- Há evidências?
- O post é recente?
- É sensacionalista?
- Está fora de contexto?
- As imagens são reais?



© Freepik

Você é o investigador

Agora, dividam-se em grupos para analisar uma notícia a partir desses critérios.

Depois, classifique a notícia como:



Verdadeira: fato comprovado.



Falsa: mentira comprovada.



Duvidosa: fato distorcido. Verdade parcial.



Discuta com seus colegas e depois anote em seu caderno a análise de uma dessas notícias:

1

Notícia

2

Notícia

3

Notícia

4

Notícia

5

Notícia



1. Duvidosa: a resolução n.º 2.382/2024 do CFM de fato existe e regulamenta a criação do Atesta CFM. Contudo, ela não diz nada a respeito da extinção dos atestados de papel. Clique [aqui](#) para conferir a checagem dos fatos.



2. Falsa: mentira comprovada. Clique [aqui](#) para conferir a checagem dos fatos.



3. Verdadeira: fato comprovado. Mas a manchete usa um *clickbait* para chamar a atenção.



4. Falsa: mentira comprovada. Vídeo gerado por IA. Clique [aqui](#) para conferir a checagem dos fatos.



5. Verdadeira: fato comprovado.

Referências:

CAPOBIANCO, J. P. BC não vai lançar nota de R\$ 9 em homenagem a Ronaldo Fenômeno. **Agência Lupa**. Disponível em: <https://www.agencialupa.org/noticias/2025/12/11/bc-nao-vai-lancar-nota-de-r-9-em-homenagem-a-ronaldo-fenomeno/>. Acesso em: 15 jan. 2026.

DINIZ, I. É falso que atestado médico de papel deixará de ser aceito em 2026. **Agência Lupa**. Disponível em: <https://www.agencialupa.org/verificacao/2025/12/17/e-falso-que-atestado-medico-de-papel-deixara-de-ser-aceito-em-2026/>. Acesso em: 15 jan. 2026.

FAGUNDES, E. Imagem de bebê que 'nasceu com cabelo grande' é Inteligência Artificial. **Agência Lupa**. Disponível em: <https://www.agencialupa.org/noticias/2025/12/11/imagem-de-bebe-que-nasceu-com-cabelo-grande-e-inteligencia-artificial/>. Acesso em: 15 jan. 2026.

O que aprendemos hoje?



COM SUAS PALAVRAS

Para refletir

O que é *clickbait* e sensacionalismo?

Para refletir

Por que checar uma informação antes de engajar com ela?

Para refletir

Quais critérios podemos usar nessa checagem?

Referências

2026_AF_V1

BRASIL. Ministério da Educação. Base Nacional Comum Curricular. **Computação: complemento à BNCC**. Brasília, DF: Ministério da Educação, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/mec/pt-br/escolas-conectadas/BNCCComputaoCompletoDiagramado.pdf>. Acesso em: 13 dez. 2025.

LEMOV, Doug. **Aula nota 10 3.0**: 63 técnicas para melhorar a gestão da sala de aula / Doug Lemov; tradução: Daniel Vieira, Sandra Maria Mallmann da Rosa; revisão técnica: Fausta Camargo, Thuinie Daros. 3. ed. Porto Alegre: Penso, 2023.

ROSENSHINE, B. Principles of instruction: research-based strategies that all teachers should know. In: **American Educator**, v. 36, n. 1., Washington, 2012. pp. 12-19. Disponível em: <https://eric.ed.gov/?id=EJ971753>. Acesso em: 13 dez. 2025.



Referências

SÃO PAULO (Estado). Secretaria da Educação. **Curriculo Paulista**: etapa Ensino Fundamental. São Paulo: Secretaria da Educação, 2019. Disponível em: https://efape.educacao.sp.gov.br/curriculopaulista/wp-content/uploads/2023/02/Curriculo_Paulista-etapas-Educa%C3%A7%C3%A3o-Infantil-e-Ensino-Fundamental-ISBN.pdf. Acesso em: 13 dez. 2025.

UNIFOA. Ética na era digital: quais são os seus desafios e responsabilidades online. **Centro Universitário de Volta Redonda**. Disponível em: <https://www.unifoa.edu.br/blog/etica-na-era-digital-responsabilidades-online/>. Acesso em: 13 dez. 2025.



Para professores



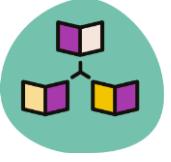
Habilidades:

(EF08CO07) Compartilhar informações por meio de redes sociais, compreendendo a sua dinâmica de funcionamento, de forma responsável e avaliando sua confiabilidade, considerando o respeito e a ética.

Slides 3 e 4 – Para começar



Tempo: 10 minutos.



Dinâmica de condução: inicie a aula propondo uma dinâmica em que os estudantes reflitam sobre o que chama a atenção deles na internet e os faz clicar em links, abrir postagens, assistir a vídeos etc. Primeiro, mostre a imagem do slide 3 e pergunte se eles clicariam para assistir a esse vídeo. Acolha as respostas e peça uma justificativa. Depois, mostre as duas manchetes do slide 4 e pergunte em qual delas eles clicariam. Também peça justificativas e instigue a participação de toda a turma.

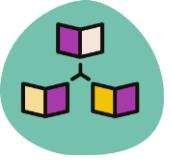


Expectativas de respostas: no primeiro caso, espera-se que a maioria responda que assistiria ao vídeo pelo título despertar sua curiosidade. Observe com eles que a descrição do vídeo resume o conteúdo, deixando compreensível a temática. Porém, pode ser que muitos não leiam esse trecho e sejam imediatamente capturados pela curiosidade que o título desperta.

No segundo caso, espera-se que a maioria responda que clicaria na primeira manchete por ela apelar para nossas emoções (o medo de ser controlado). Explique que ela não é necessariamente falsa, pois os algoritmos presentes nas redes sociais e em aplicativos de celulares, por exemplo, são capazes de analisar nossas preferências e escolhas, oferecendo conteúdo direcionado a partir delas, o que pode ser visto como uma forma de controle. Contudo, o texto é escrito de modo exagerado e ambíguo propositalmente, para chamar a atenção do público.



Tempo: 15 minutos.



Dinâmica de condução: este é o momento de conceituar as estratégias utilizadas pelos exemplos dos slides anteriores. Explique que o título do vídeo é um caso de *clickbait* e leia a definição. Essa técnica, em sua essência, não era utilizada para espalhar desinformação, mas sim como uma estratégia de marketing para atrair a atenção dos consumidores. Contudo, atualmente, ela também é utilizada em conteúdos falsos ou ambíguos. Mencione para os estudantes que, na internet, os cliques são muito importantes, pois é por meio deles que muitas páginas e perfis são monetizados (recebem ganhos financeiros). Assim, quanto mais cliques, mais ganhos.

Feito isso, explique que a primeira manchete é um caso de sensacionalismo e leia a definição. Textos sensacionalistas não necessariamente buscam cliques (apesar de ser uma consequência do apelo emocional feito), mas têm o objetivo de espalhar, principalmente, pânico, medo e descontentamento.

Trabalhe com os estudantes como isso é poderoso para influenciar as decisões dos internautas, já que muitos têm o costume de apenas ler as manchetes e não a notícia completa ou, mesmo ao ler, não checam a veracidade das informações.

Slides 5 a 9 – Foco no conteúdo

Em seguida, aproveite este gancho para introduzir a importância de conferir informações antes de engajar com o conteúdo, pois quanto mais engajamento uma publicação possui, maior será o seu alcance, mesmo que não seja verdadeira.

Por fim, apresente o checklist para verificar se um conteúdo é verdadeiro explicando cada um dos tópicos. Pergunte aos estudantes se eles costumam realizar essa checagem e se há outros elementos que acreditam ser importante conferir.



Aprofundamento: assista ao vídeo para saber mais sobre a checagem de informações.

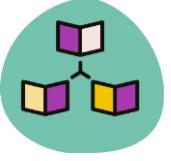
Link para vídeo



Vídeo do canal **O Tempo** sobre estratégias usadas para identificar fake news.



Tempo: 25 minutos.



Dinâmica de condução: nesta atividade, a turma deve se dividir em cinco grupos, sendo que cada um ficará responsável pela análise de uma reportagem. Se possível, imprima os arquivos e entregue cópias de uma mesma reportagem para cada grupo. Caso a impressão não seja viável, projete três notícias (uma de cada tipo) e as analise juntamente com a turma utilizando as perguntas disponíveis no slide 9 junto a outros critérios trazidos pelos estudantes. Peça que eles anotem as respostas em seus cadernos. O ideal é que a análise seja feita offline, para que a turma reconheça os elementos que chamam a atenção no próprio texto. Se for possível, exiba os vídeos que há nas notícias quatro e cinco para que os alunos tenham mais dados para análise. Ao final, eles devem indicar se consideram que a notícia é verdadeira, falsa ou duvidosa.

Feito isso, mostre a resposta e, no caso de notícia falsa ou duvidosa, projete a checagem feita pela [Agência Lupa](#). Mencione que existem agências de checagem de notícias (Lupa, [Aos Fatos](#), entre outras) que conferem as informações mais compartilhadas nas redes sociais e realizam um trabalho jornalístico de investigação, procura por fontes e provas e entrevistas com especialistas para verificar a veracidade das informações. Explique também que, além dessas plataformas, pode-se pesquisar a notícia no Google ou outro buscador e conferir a informação em páginas oficiais ou conhecidas, como mídias respeitáveis ou sites do governo. Se houver tempo, leia para a turma a verificação dos fatos de cada uma das notícias analisadas.



Expectativas de respostas:

- A primeira notícia é duvidosa, pois se baseia em fatos, mas os distorce. Neste caso, é importante chamar a atenção dos alunos para dois pontos principais: a notícia cita alguns argumentos de autoridade, como a Resolução e o CFM, o que dá a ela mais credibilidade, mesmo que esteja imprecisa. O segundo ponto é que o próprio texto se contradiz ao mencionar, no título, que “atestado médico de papel deixará de valer”, e, no último parágrafo, mencionar que “a emissão será gratuita e **poderá ocorrer tanto em formato digital quanto impressa**”.
- A segunda notícia é falsa. Pode ser apontada a falta de informações precisas (Qual é a fonte desse anúncio? Algum representante do Banco Central foi consultado? Houve uma divulgação oficial?). Note também que o texto diz que “circula nas redes sociais”, o que é uma informação genérica e não se caracteriza como um argumento de autoridade. Além disso, a imagem da nota não comprova sua existência, já que pode ter sido criada por IA.

- A terceira notícia é verdadeira e é um bom exemplo de como mesmo informações verdadeiras e divulgadas por canais respeitados, como a CNN Brasil, podem usar estratégias como o *clickbait* para atrair a atenção dos internautas. Neste caso, o título da notícia tem uma ambiguidade proposital: ao dizer que “paradeiro do corpo de ET de Varginha’ é tema de debate”, fica subentendido que esse corpo de fato existe. Lendo a matéria, percebe-se que um grupo de pessoas (os ufólogos, representados no debate por Vitório Pacaccin) acredita que as forças militares realizaram a extração do ET, fato para o qual não há comprovação.
- A quarta é falsa. Este caso pode ser usado para discutir como os avanços da IA geram novas preocupações quanto à divulgação de fake news, pois ela é capaz de manipular ou criar vídeos e imagens que, muitas vezes, temos dificuldade em discernir se são reais ou não. Além disso, esta notícia demonstra como informações vagas, muitas vezes, podem parecer argumentos de autoridade ou provas do ocorrido. Aponte para os estudantes, por exemplo, que a notícia menciona: “maternidade do Brasil” (Qual? Em que cidade ou estado?); “obstetra responsável” (Qual seu nome? Em que hospital trabalha?); “de acordo com especialistas” (Quais? Quem foi consultado para confirmar a notícia?).

- A quinta notícia é verdadeira apesar de ser um fato curioso, principalmente, por o elefante-marinho ter, ao acaso, passado por uma faixa de pedestres para chegar até o mar. Contudo, observe com os estudantes que a notícia foi publicada por um portal confiável (G1) e traz muitas informações detalhadas sobre o caso: onde ocorreu (praia de Tramandaí, no Litoral do Rio Grande do Sul), quando (quarta-feira), opinião de especialista com nome e cargo (médico veterinário Derek Blaese de Amorim, do Centro de Estudos Costeiros, Limnológicos e Marinhos da UFRGS). O vídeo gera dúvidas porque poderia, de fato, ter sido criado por IA, mas a divulgação por um portal de renome dá maior segurança sobre sua veracidade. Se possível, mencione com os estudantes que outra medida de checagem é conferir o URL (endereço web) da publicação e, em caso de dúvida, procurar na internet o site oficial e conferir se as informações se encontram nele, pois muitas páginas simulam portais famosos.



GOVERNO DO ESTADO
DE SÃO PAULO

start
by alura