

Combate à Desinformação nos Campos Gerais-PR: Jogo de cartas “Real ou Fake?” como instrumento de educação midiática

Combating misinformation in Campos Gerais-PR:
“Real ou Fake?” card game as a media literacy tool

Lucha contra la desinformación en Campos Gerais-PR:
el juego de cartas «¿Real ou Fake?»
como instrumento de educación mediática

Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo



Marcelo Engel Bronosky
mebrono@gmail.com

Manoel Moabis
manoelmoabis@uepg.br

David Candido dos Santos
davidcandidods@gmail.com

RESUMO

O texto apresenta reflexões que visam explorar estratégias didáticas de combate à desinformação para estudantes do ensino básico e médio da rede pública de ensino do interior do Paraná. As reflexões focam na aplicação de um jogo de cartas de educação midiática com perguntas e respostas em colégios estaduais de Ponta Grossa-PR. A iniciativa foi coordenada pelos integrantes do Projeto de Extensão e Pesquisa “Combate à Desinformação nos Campos Gerais” e ajudou a testar a viabilidade da proposta como material didático de combate à desinformação entre jovens. Questões como a utilização de linguagem adequada, reflexão crítica em detrimento da competição intrínseca a um jogo de cartas e a preocupação com os temas mais atrativos ao público para o qual a proposta se destina serão discutidos.

PALAVRAS-CHAVE

Combate à desinformação. Educação midiática. Extensão e pesquisa universitária. Jornalismo.

ABSTRACT

The text presents reflections that aim to explore teaching strategies to combat misinformation for primary and secondary school students in the public school system in the interior of Paraná. The reflections focus on the application of a media education card game with questions and answers in state schools in Ponta Grossa-PR. The initiative was coordinated by members of the Extension and Research Project “Combate à Desinformação nos Campos Gerais” and helped to test the proposal's prediction as teaching material to combat misinformation among young people. Issues such as the use of appropriate language, critical reflection on to the detriment of the competition intrinsic to a card game and concern with the themes most attractive to the public for which the proposal is intended will be considered.

KEYWORDS

Combating misinformation. Media literacy. University extension, research and teaching. Journalism.

RESUMEN

El texto presenta reflexiones que tienen como objetivo explorar estrategias didácticas para combatir la desinformación de estudiantes de educación primaria y secundaria del sistema escolar público del interior de Paraná. Las reflexiones se centran en la aplicación de un juego de cartas de educación mediática con preguntas y respuestas en escuelas públicas de Ponta Grossa-PR. La iniciativa fue coordinada por miembros del Proyecto de Extensión e Investigación “Combate à Desinformação nos Campos Gerais” y ayudó a probar la viabilidad de la propuesta como material didáctico para combatir la desinformación entre jóvenes. Será discutido cuestiones como el uso de un lenguaje adecuado, la reflexión crítica en detrimento de la competencia intrínseca a un juego de cartas y la preocupación por los temas más atractivos para el público al que va dirigida la propuesta.

PALABRAS CLAVE

Lucha contra la desinformación. Alfabetización mediática. Docencia, investigación y extensión universitaria. Periodismo.

1 INTRODUÇÃO

As democracias globais e os direitos humanos da população, em diferentes situações políticas e regiões geográficas, têm sido negligenciados e passado por sucessivos e históricos ataques de grupos e agentes extremistas. No século XXI, estes ataques ganham novas roupagens, que servem como estratégia de manipulação social para estes atores e grupos. Não somente, mas principalmente na internet, espaços vulneráveis e com muito acesso, que distribuem com velocidade e exacerbação “propaganda, mentiras, conspirações, rumores, fraudes, conteúdo hiper partidário, falsidades ou mídia manipulada” (Wardle, 2020, p. 9).

Esta é uma problemática contemporânea, na medida em que o excesso de informações desafia o senso crítico; “como diferenciar fatos de opiniões? Como produzir e compartilhar mensagens com responsabilidade?” (Educamídia, 2024). A situação afeta toda a sociedade, que atualmente, em sua maioria, desenvolve suas relações a partir de processos sociotécnicos suportados por tecnologias digitais de comunicação e informação e pela internet. “A promessa da era digital nos incentivou a acreditar que apenas mudanças positivas ocorreriam quando vivêssemos em comunidades hiperconectadas” (Wardle, 2020, p. 8).

Diante deste cenário, medidas têm sido tomadas por instituições públicas e privadas, para que esse contexto de desinformação seja superado, por meio da educação midiática. Com isso, o objetivo do artigo é discutir os conceitos de desinformação e educação midiática, a partir de uma pesquisa-ação que visou desenvolver e aplicar um recurso didático e lúdico baseado em um jogo de cartas chamado “Real ou Fake?”, para estudantes do Ensino Básico e Médio da rede pública de ensino da cidade de Ponta Grossa, no interior do estado do Paraná.

O desenvolvimento e aplicação do jogo “Real ou Fake?” em Ponta Grossa-PR é uma iniciativa do projeto de extensão “Combate à Desinformação nos Campos Gerais” e do grupo de pesquisa (CNPq) “Jornalismo, Política e Cidadania em Tempos de Desinformação”. O grupo de pesquisa foi criado em 2006 no Departamento de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (Dejor-UEPG), sendo integrado ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UEPG (PPGJor-UEPG) desde 2013, porém mudou seu nome no ano de 2025. O projeto de extensão foi criado em 2021 na Agência de Jornalismo do Dejor-UEPG e se integrou à Rede Nacional de Combate à Desinformação (RNCD) e ao Programa Nacional de Combate à Desinformação do Supremo Tribunal Federal (PNCD/STF), e a um edital do Programa Universidade Sem Fronteiras (USF) da Secretaria de Ciências, Tecnologia e Ensino Superior do Paraná (Seti-PR).

O projeto de extensão e grupo de pesquisa objetivam refletir sobre os riscos de circulação de informações falsas e manipuladas, sobre o consumo e produção consciente de informação e orientar moradores dos Campos Gerais e outras regiões do Paraná sobre a importância da formação da opinião pública e exercício da cidadania. Conta com discentes, docentes e graduados de diferentes departamentos e programas de pós-graduação da UEPG: Jornalismo; Educação; Direito; História; Engenharia de Software; e Estudos da Linguagem, tendo caráter interdisciplinar e transdisciplinar, formando uma rede de pesquisa e extensão.

Combate à desinformação: o uso de material didático como estratégia de educação midiática

As ações do coletivo têm sido diálogos em fóruns, eventos e campanhas, produções jornalísticas em multiplataformas publicadas em veículos comunitários, redes sociais e demais espaços de projeção institucional de entidades ou organizações sociais sem fins lucrativos. Também a aplicação da educação midiática em oficinas no Ensino Fundamental e Médio. As oficinas de educação midiática são compostas pela aplicação do jogo “Real ou Fake?” para estudantes e têm como intenção passar noções de que o consumo de informações, em particular na internet, exige atenção redobrada, e que a origem e o conteúdo da informação pedem cuidado na hora de validar ou não determinada notícia.

Este trabalho é feito nas escolas, pois nem sempre a estrutura financeira e física das escolas brasileiras oportuniza efetivamente processos de educação midiática; 87% dos jovens brasileiros, entre 16 e 24 anos, usam frequentemente internet em casa, mas apenas 4% usam na instituição de ensino (TIC Domicílios, 2023); 94% das escolas brasileiras que oferecem Ensino Fundamental e Médio têm acesso à internet, mas apenas 58% possuem computadores e conectividade à rede para uso dos estudantes e docentes (TIC Educação, 2022). “Com a desigualdade de acesso a computadores e internet, o trabalho com as mídias digitais nas escolas em algumas regiões fica comprometido” (Javorski; Gusmão; Bargas, 2023, p. 6).

Posta a problemática que o grupo de pesquisa e projeto de extensão buscam sanar, o texto a seguir centra-se numa aplicação piloto junto aos estudantes do Colégio Estadual Prof. João Ricardo Von Borell Du Vernay (Borell) e na qualificação do jogo de cartas após os apontamentos e observações da ação piloto. O artigo estrutura-se da seguinte forma: discute-se o marco teórico da pesquisa, os conceitos de desinformação e educação midiática; após, descreve-se o processo metodológico de formatação do jogo de cartas e do método de aplicação. Por fim, discute-se os resultados obtidos na aplicação e desenvolvimento do material.

2 SOBRE DESINFORMAÇÃO E EDUCAÇÃO MIDIÁTICA

Ongaro (2023) informa que os jovens ainda enfrentam dificuldades na compreensão de como se apropriar de forma “consciente, autônoma e, sobretudo orientada” (Ongaro, 2023, p. 117) daquilo que está sendo ofertado enquanto informação. A autora defende que uma das formas de enfrentar esse problema seria a educação midiática dentro e fora das escolas. A educação midiática prevê o ensino de “habilidades para acessar, analisar, criar e participar de maneira crítica do ambiente informacional e midiático em todos os seus formatos, dos impressos aos digitais” (Educamídia, 2024). Ou seja, é um ensino interdisciplinar e transdisciplinar, na medida em que pode ser aplicado em diferentes contextos de ensino e com diferentes métodos. As próprias aplicações do jogo aconteceram em diferentes disciplinas das escolas, por exemplo, Geografia e Artes.

Na tentativa de observar a habilidade que professores e estudantes de escolas públicas e particulares de nível médio possuem para reconhecer a desinformação, De Deus, Nogueira e Massetti (2025) identificam que a busca por informações nas redes sociais se configura como um “padrão” ainda que os professores busquem fontes “mais tradicionais e confiáveis” (De Deus; Nogueira; Massetti, 2025, p. 22).

Combate à desinformação: o uso de material didático como estratégia de educação midiática

Essa diferença impacta na capacidade de reconhecer conteúdos de natureza duvidosa ou claramente de desinformação. Ainda assim, os professores, “embora sejam capazes de reconhecer e interpretar criticamente informações advindas de diferentes tipos de mídia, enfrentam dificuldade em passar este conhecimento didaticamente aos estudantes” (De Deus; Nogueira; Masetti, 2025, p.20).

Silva e Mello da Silva (2024) também defendem que a alfabetização midiática é uma das formas de enfrentar o problema da desinformação. As autoras propõem a inserção curricular deste saber nos processos de ensino aprendizagem a partir da seguinte conceituação de alfabetização midiática:

A Alfabetização Midiática não se limita a um conjunto de habilidades técnicas, mas sim, a uma abordagem abrangente que exige uma compreensão profunda das dinâmicas midiáticas e informacionais e cujo objetivo é capacitar os indivíduos a consumir criticamente a mídia e a participar ativamente na produção e distribuição responsável de conteúdos (Silva; Mello da Silva, 2024, p. 84).

As autoras recuperam que a Base Nacional Curricular (BNCC) já possui (desde 2018) elementos que contemplam a perspectiva de leitura crítica dos conteúdos midiáticos. Porém, essa ainda é uma expectativa pouco explorada na realidade das escolas. Na tentativa de ampliar essa discussão, defendem que “o trabalho inicial com professores, promovendo um efeito multiplicador” (Silva; Mello da Silva, 2024, p. 94) pode ser um caminho interessante. Essa expectativa não pode perder do horizonte as condições concretas de ação do educador neste processo de emancipação.

Ao discutir o conceito de desinformação, uma das considerações que precisa ser feita é que esse problema não se restringe aos ambientes digitais, ou ainda que se trata de um problema decorrente da era digital. Trata-se de um fenômeno anterior que encontra nas redes digitais mais espaço para sua “propagabilidade” (Jenkins; Green; Ford, 2014, p. 42-44).

Nossa sociedade digital, quaisquer que sejam suas falhas, não é a causa do mundo em que vivemos, e sim consequência dele. Não existiria o Uber sem as décadas de afrouxamento das legislações trabalhistas ao redor do mundo (a tal ponto que uma das startups mais valiosas do mundo é representada por um algoritmo que concilia oferta e demanda, com vínculos empregatícios escassos, e ainda menos ativos em seu nome). Do mesmo modo, não haveria Airbnb sem décadas de política econômica incentivando os cidadãos a considerar seus imóveis residenciais como ativos – como investimentos lucrativos que um dia poderiam compensar a eventual insuficiência de instituições anteriores, como o Estado do bem-estar social [...] Atacar essas duas empresas como se fossem a raiz do problema é dar crédito demais a seus fundadores e, ao mesmo tempo, ignorar o contexto histórico social e econômico mais amplo das últimas décadas – desde o final da Guerra Fria até o desenrolar da crise financeira de 2008 (Morozov, 2018, p.6-7).

Nas redes sociais digitais, o uso de *firehosing of falsehood*, ou seja, o despejo sistemático de doses maciças de mentiras, encontra uma forma de propagação desse tipo de desordem informativa (Wardle, 2020).

Combate à desinformação: o uso de material didático como estratégia de educação midiática

Esse espalhamento conforma visões de mundo particularmente enviesadas (Deuze; Witschge, 2018) que têm prejudicado diversas esferas da vida social como a política, economia, saúde, meio ambiente, segurança pública, cultura e educação, por exemplo. Wardle e Derakhshan (2018) avaliam que a desinformação se manifesta de três formas principais: a tentativa deliberada de manipular a opinião pública; o uso de informações incorretas ou descontextualizadas; o vazamento de dados/ informação com a intenção de promover algum dano ou assédio. Fica evidente na reflexão oferecida pelas autoras que o fenômeno da desinformação transita entre a intenção de provocar danos, compartilhamento de desinformação de maneira inadvertida e crença em determinadas matrizes ideológicas que provocam distorções.

Neste sentido, é preciso reconhecer que o problema da desinformação se agrava com a organização de grupos sociais que se valem da polêmica ou do ataque a adversários políticos para ganhar destaque por meio da visibilidade midiática, “para manter seus usuários conectados, uma empresa de redes sociais deve, sobretudo, fazer as coisas de maneira que eles se enervem, sintam-se em perigo ou tenham medo” (Empoli 2019, p. 59).

A estratégia mobilizada por esses grupos encontra nas lógicas algorítmicas um ponto de apoio, já que neste modelo de gestão de visibilidade via algoritmos o conflito é valorizado como forma de engajamento (Empoli, 2019, p. 60).

A situação mais eficaz é aquela em que os usuários entram em estranhas espirais de um consenso muito poderoso ou, ao contrário, de sério conflito com outros usuários. Isso não acaba jamais, e é esse, exatamente, o alvo. As empresas não planificam nem organizam nenhum desses modelos de utilização. São os outros que são incitados a fazer o trabalho sujo. Como os jovens macedônios que completam seu orçamento mensal postando fake news envenenadas. Ou mesmo os americanos ansiosos por faturar um dinheiro extra (Empoli, 2019, p. 59).

A ação desses grupos passa por (Empoli, 2019):

- 1) encontrar um grupo “feroz” capaz de defender posições polêmicas;
- 2) ataque às contradições de adversários políticos;
- 3) tomada de posições que os deixem em visibilidade midiática constante;
- 4) ter assuntos polêmicos e atacar quem defende estado democrático de direito;
- 5) apresentar discurso nacionalista exacerbado e afeição ao conservadorismo.

A questão fica ainda mais complexa se levarmos em conta que, para além de uma estratégia de grupos políticos radicais, a desinformação também se tornou um fenômeno altamente lucrativo do ponto de vista econômico. Essa mistura de política e economia tem sido um dos motores da desinformação como problemática de bem-estar social. Santos Júnior e Nichols (2024) identificam como sites ou grupos que promovem desinformação estruturam-se economicamente. Em um primeiro momento, esses espaços se retroalimentam das lógicas de anúncios direcionados pelas Big Techs (adtechs/publicidade programática) ou da publicidade direta.

Combate à desinformação: o uso de material didático como estratégia de educação midiática

Interessante assinalar que o mercado de crédito ao longo dos anos vem recebendo grandes empresas do ramo da tecnologia que não possuem atividades bancárias como atividade principal, mas que podem entrar nesse mercado sozinhas ou em parceria com alguma instituição financeira. Essas empresas são chamadas de *big techs* e por já terem bases de dados de usuários [...] e estruturas comerciais voltadas para a área da tecnologia podem possuir grandes vantagens competitivas perante as demais instituições financeiras (Souza Junior, 2022, p. 21).

Além disso, há ainda uma estratégia comercial que busca arrecadação financeira a partir da venda de produtos, doações de entidades financiadoras e anúncio institucional (em alguns casos envolvendo entidades do poder público). No estudo, fica evidente que o processo de governança de empresas como Google e Meta, por exemplo, chancela ou viabiliza a existência desses sites de desinformação à medida que aprovam anúncios “duvidosos” que são distribuídos para desinformação e jornalismo (Santos Júnior; Nichols, 2024).

A desinformação se favorece do gerenciamento falho ou deliberadamente endereçado da programação algorítmica que transforma pistas de navegação em sites de redes sociais (“cliques” e tempo de visualização, por exemplo) em sugestões de novas peças midiáticas (posts, vídeos, informações). O processo que leva o nome de datificação (Van Dick, 2014) reforça percepções previamente concebidas e, em alguns casos, criminosas com a finalidade de reforçar o engajamento social nas plataformas de redes sociais digitais.

Por outro lado, há um esforço para remover das engenharias de pesquisa empresas com conteúdo fraudulento (Ireton, 2019), a partir de grupos como *Sleeping Giants Brasil* ou mesmo iniciativas de formação midiática para identificar conteúdos falsos. Porém, sem políticas de regulação consistentes, o enfrentamento desse problema fica ainda mais difícil. Apenas para citar um exemplo de como o sistema político tangencia esse debate (seja por desconhecimento ou por ação deliberada de grupos que promovem a desinformação como estratégia política), podemos citar o engavetamento pela Câmara Federal do Projeto de Lei 2.630, conhecido como PL das Fake News¹.

Neste contexto, aumenta a preocupação com as camadas sociais mais jovens, em fase escolar. Segundo dados do TIC Domicílios de 2023, realizado pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic) a partir do Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI), os jovens são os que mais acessam a internet no Brasil e quase sempre sem orientação de como fazer o uso; 98% dos jovens entre 16 e 24 anos acessam a internet todos ou quase todos os dias; 91% usam para acessar redes sociais e 72% para compartilhar conteúdos, enquanto somente 57% usam para fazer atividades e pesquisas escolares e 23% para baixar livros digitais (TIC Domicílios, 2023). “Nativos da era das mídias digitais, os jovens mostram-se como um grupo vulnerável devido à alta exposição a todo tipo de materiais, incluindo os de baixa qualidade informativa” (Javorski; Gusmão; Bargas, 2023, p. 3). Vale reforçar ainda que toda essa atenção que os jovens dedicam ao uso de internet e redes sociais está longe de uma apropriação com fins proveitosamente educativos.

¹ Ver: <https://www.intercept.com.br/2024/04/10/arthur-lira-matou-o-pl-das-fake-news/>.

Desmurget (2023) indica que o consumo exagerado e fora de controle que os jovens fazem das telas, especialmente navegando pela internet, “prejudica gravemente o desenvolvimento intelectual, emocional e físico de nossas crianças” (Desmurget, 2023 p. 217). Considerando esse complexo cenário, propomos uma reflexão sobre uma proposta de educação midiática desenvolvida no interior do Paraná que visa estimular adolescentes em idade escolar a refletir sobre o problema da desinformação. Trata-se de uma iniciativa que parte de uma experiência lúdica (jogo de cartas “Real ou Fake”) na tentativa de estimular a curiosidade de jovens.

3. METODOLOGIA E CONTEXTO DA PESQUISA

Ponta Grossa é a principal cidade da região fitogeográfica dos Campos Gerais, no segundo planalto e interior do Paraná, e possui 358.371 habitantes (IBGE, 2022). O mercado jornalístico do município reúne 32 veículos jornalísticos locais: dois jornais impressos, Jornal da Manhã (JM) e Diário dos Campos (DC); duas emissoras privadas de televisão, afiliadas da TV Globo (RPC) e do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT-Rede Massa), e uma pública, a TVE, administrada pela UEPG; 14 emissoras de rádio, por exemplo, a CBN e a Jovem Pan, entre outras; 13 portais online, sendo dois deles do mesmo grupo empresarial dos jornais impressos, o portal ARede (JM) e o portal DCmais (DC) (Atlas da Notícia, 2024). Sabe-se que com a popularização da internet, a televisão paga e outras possibilidades, é possível consumir conteúdos de outras cidades, estados e países, portanto, deve-se considerar tais suportes para se entender o universo de consumo jornalístico e de entretenimento dos estudantes e de suas famílias, que também são alvo das ações de educação midiática nas escolas da cidade de Ponta Grossa-PR.

A cidade possui duas universidades públicas, a Universidade Estadual de Ponta Grossa e o campus da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). O Núcleo Regional de Educação (NRE) de Ponta Grossa é responsável por 48 escolas estaduais, que possuem Ensino Fundamental e Médio, com 1.786 turmas distribuídas entre elas e um pouco mais de 40.000 estudantes matriculados; supervisiona 192 turmas de educação especial, distribuídas em nove escolas e com mais de 1.000 estudantes matriculados (Secretaria da Educação do Paraná, 2024).

Escolheu-se as escolas por serem um espaço socializador fundamental para a formação de cidadãos críticos, portanto, aliadas no combate à desinformação (Javorski; Gusmão; Bargas, 2023), ensinando estudantes a usarem criticamente as mídias, principalmente, em 2024, ano de eleições municipais no Brasil. O Colégio Estadual Prof. João Ricardo von Borell du Vernay, conhecido por Borell, fica localizado na Vila Marumbi, no Bairro de Uvaranas. Atualmente, oferece Ensino Fundamental e Ensino Médio e cursos técnicos em Química e Alimentos (Pavão, 2024), e foi um dos espaços de aplicação piloto do jogo.

O jogo de cartas “Real ou Fake” foi elaborado a partir de uma iniciativa desenvolvida em Rondon do Pará-PA sob a coordenação da professora Elaine Javorski (Javorski; Gusmão; Bargas, 2023). Trata-se de baralho com 64 cartas divididas entre perguntas (32) e respostas (32) com temas que circularam nas redes sociais e produziram de alguma forma “desordem informativa” (Wardle, 2020).

Esta pesquisa também se inspira na metodologia empregada por Javorski, Gusmão e Bargas (2023), a pesquisa-ação, que por meio de abordagens qualitativas busca construir estratégias de enfrentamento prático dos problemas encontrados no ambiente escolar. “Na área da educação, a pesquisa-ação está baseada na obra de Paulo Freire (1984), que investiga a “realidade concreta” e a partir da qual o pesquisador educa e está, ao mesmo tempo, sendo educado, colocando sempre em prática os resultados da pesquisa” (Javorski; Gusmão; Bargas, 2023, p. 7). Essa metodologia pode ser utilizada de forma:

- a) instrumental, com a intenção de resolver um problema prático; b) de tomada de consciência, quando pleiteia desenvolver a consciência coletiva sobre problemas do grupo; e c) de produção de conhecimento, que amplie os resultados de forma a abranger não só o grupo investigado, mas a sociedade como um todo (Thiollent, 2017, *apud*. Javorski; Gusmão; Bargas, 2023, p. 7).

No caso da área da Comunicação, Thiollent (2017, *apud*. Javorski; Gusmão; Bargas, 2023) observa que as atividades decorrentes da pesquisa-ação podem ser apoiadas na crítica dos meios, como aplicado neste estudo. “Na pesquisa-ação os pesquisadores desempenham um papel ativo no equacionamento dos problemas encontrados, no acompanhamento e na avaliação das ações desencadeadas em função dos problemas” (Thiollent, 2017, p. 21, *apud*. Javorski; Gusmão; Bargas, 2023, p. 7).

O processo de elaboração das questões que compõem o jogo levou em conta critérios como a utilização adequada de linguagem (considerando o perfil do público-alvo) e temáticas com maior potencial de interesse para o grupo. Antes da ação piloto no Colégio Borell, os integrantes do projeto realizaram um teste com os integrantes do projeto com objetivo de verificar a viabilidade do esquema planejado, além de avaliar variações possíveis do processo de aplicação do jogo.

Após o teste interno e realizados os ajustes necessários, avançou-se para a próxima etapa com a aplicação junto aos estudantes do colégio, com objetivo de verificar as fragilidades e potencialidades do jogo. Para essa visita-teste, a equipe de aplicação foi formada por dois professores, um pós-graduando, uma graduada e dois graduandos. O grupo se dividiu em dois focos de interesses específicos: aplicadores, responsáveis pela apresentação da proposta e aplicação do jogo de cartas, e observadores, destinados a coletar informações do processo, entre outras reações, dos usuários e aplicadores.

Os observadores, previamente orientados, coletaram dados gerais e específicos sobre o jogo, interesse e eventuais dúvidas sobre os conteúdos das cartas, além de observarem a funcionalidade do jogo. O material construído por esse grupo embasa as considerações apresentadas. Como na equipe do projeto não havia quantidade de aplicadores suficiente, os observadores acabaram por assumir a função de aplicadores, o que prejudicou parcialmente a coleta dos dados.

A ação piloto foi realizada na manhã do dia quatro de dezembro de 2023. A aplicação foi dividida em duas sessões separadas por um intervalo. Cada uma das sessões consistiu em aplicar o jogo “Real ou Fake?” para grupos de estudantes do ensino médio, mais especificamente nas turmas de aprofundamento.

São turmas formadas por estudantes de 16, 17, 18 e 19 anos que estavam liberados das aulas de reforço, pois tiveram desempenho igual ou superior à média. O Colégio oferece cursos técnicos, o que justifica a presença de estudantes maiores de idade.

A primeira sessão reuniu 25 estudantes e a segunda 27, que foram divididos em cinco grupos. A formação dos grupos foi realizada de tal forma para evitar que estes fossem formados por estudantes do seu círculo de amizade direto. A aplicação do jogo durou cerca de 50 minutos em média. Teve início com uma explicação geral sobre o jogo em si e sobre o contexto da desinformação e seus efeitos na sociedade realizada por um dos professores presentes. Após a apresentação, as cartas (perguntas e respostas), previamente separadas, foram distribuídas entre os grupos que foram divididos em dois subgrupos: os que perguntam e os que respondem.

4 REFLEXÕES SOBRE AS LIMITAÇÕES E ÉXITO NA APLICAÇÃO LÚDICA

Conforme o jogo se desenvolvia, os observadores identificaram características e situações no processo de aplicação do jogo que seguem sistematizadas abaixo.

Apesar do cuidado inicial do grupo de extensão em relação à utilização de linguagem adequada para idade dos estudantes nas escolas estaduais, durante a ação piloto no colégio alguns estudantes demonstraram dificuldades em compreender certos termos presentes nos textos do baralho, em especial siglas e nomes de instituições. Para isso, posteriormente, foi necessário um trabalho de revisão dos termos utilizados, pois uma parte importante do jogo é a leitura em voz alta das cartas-pergunta e cartas-resposta pelos estudantes.

Caso a linguagem seja confusa e complexa, a leitura ficará truncada e os colegas que estão escutando podem não entender o que se pergunta, o que afeta o processo. Depois de feitas as revisões na linguagem das cartas, em outras aplicações, a leitura tornou-se fluída. Claro que a questão da leitura e compreensão também vai depender de outras variáveis, tanto do grau de escolarização do estudante, quanto do professor em relação à estrutura física e ambiente de aplicação do jogo.

Outra questão que merece destaque diz respeito a uma preocupação do grupo de extensão sobre o sentido de competição que o jogo provoca. Inicialmente a ideia não era estimular a competição pelo resultado, neste caso, vitória no jogo, mas sim utilizar da disputa para estimular a reflexão sobre desinformação. O jogo seria somente uma possibilidade de oportunizar discussões mais aprofundadas sobre o tema. No geral, os observadores do projeto indicaram que os estudantes se mostraram mais interessados nos assuntos do que na ideia de vencer o jogo.

Um outro problema de planejamento identificado durante a aplicação no Colégio Borell se refere a um “desvio” no baralho, uma vez que houve um predomínio em cartas-resposta (cerca de $\frac{2}{3}$) pela opção “Fake”. O reconhecimento por parte dos estudantes dessa característica prejudicou a reflexão sobre o tema da pergunta, uma vez que bastava indicar a resposta “Fake” diante de qualquer dúvida sobre a questão.

Quanto aos assuntos das cartas: os conteúdos das cartas (perguntas) foram gerados a partir de temas que circularam nas redes sociais. Uma das preocupações nesse tipo de dispositivo didático é não produzir sentido para o usuário.

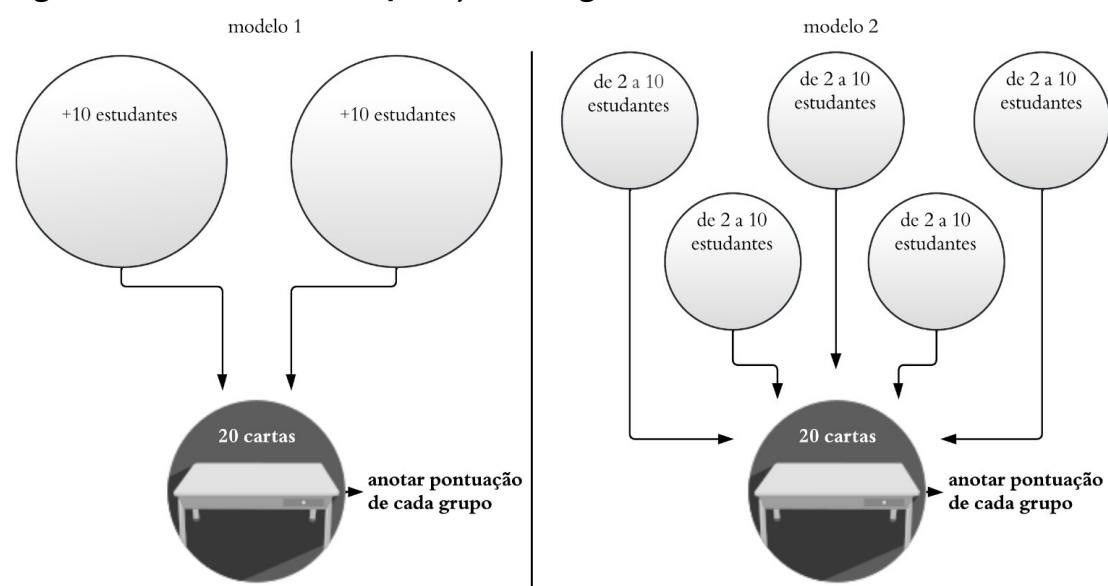
Combate à desinformação: o uso de material didático como estratégia de educação midiática

Pelo relato dos observadores, a maioria dos participantes demonstrou algum contato anterior com os temas trabalhados nas cartas. Falas como: “já conhecia essa fake news” ou “recebi no meu celular” foram recorrentes. Isso indica que os temas das perguntas do jogo de cartas faziam parte do universo cognitivo dos estudantes.

Após indicações coletadas de aplicadores e jogadores durante a ação piloto no Colégio Borell, também em outras oficinas e reuniões do projeto, desenhou-se três modelos de possibilidade de aplicação do jogo (Figura 1 e Figura 2) que podem ser adaptados conforme a realidade de cada aplicação. Inclusive, o jogo pode ser aplicado por duas pessoas, visto que há várias formatizações de ensino e de turmas.

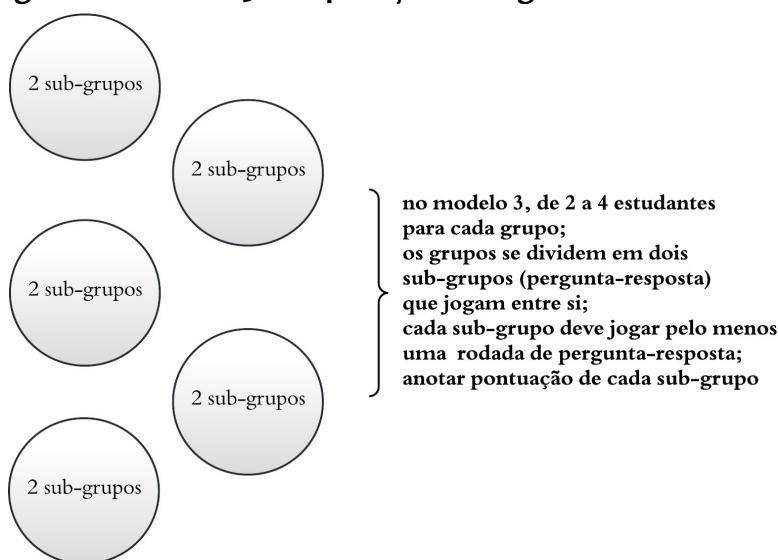
No modelo 1 e 2, um integrante do grupo escolhe uma carta no centro da sala, alternando entre pergunta e resposta.

Figura 1 - Modelos 1 e 2 de Aplicação do Jogo de Cartas “Real ou Fake?”



Fonte: dados da pesquisa.

Figura 2 – Modelo 3 de Aplicação do Jogo de Cartas “Real ou Fake?”



Fonte: dados da pesquisa.

Combate à desinformação: o uso de material didático como estratégia de educação midiática

Outro ponto de destaque: “às vezes os estudantes comentavam coisas específicas que demandam dos aplicadores [...] um raciocínio rápido para manter a discussão” (Observador 1). Entendeu-se que só ler a carta pergunta e resposta não é suficiente. A rodada de perguntas/respostas tem que estar permeada por comentários e questões dos aplicadores sobre o assunto. A intenção não é finalizar as cartas, mas enfatizar o tema e motivar reflexão nos estudantes através de uma discussão qualitativa.

Figura 3 – Versão atualizada em 2025 do Jogo de Cartas “Real ou Fake?” (verso)



Fonte: os autores (2025).

Figura 4 - Versão atualizada em 2025 do Jogo de Cartas “Real ou Fake?” (frente)



Fonte: os autores (2025).

Sobre a aplicação, os relatos dos observadores indicaram que os aplicadores conduziram adequadamente a formação dos grupos na sala, ao criar grupos heterogêneos e suscitar discussões referente às cartas jogadas durante todo o processo de aplicação do jogo: “resgatando os principais temas discutidos, intercalando com perguntas diretas a cada um dos estudantes e comentários coerentes” (Observador 1). Isso porque a intenção do jogo não era ensinar técnicas de como publicar um vídeo no Instagram, de como aplicar filtros nas suas imagens ou de como fazer um *thread* no X, mas sim realizar uma oficina que auxiliasse no processo dialógico de “compreensão profunda das dinâmicas midiáticas e informacionais” (Silva; Mello da Silva, 2024, p. 84).

Isso fez com que os estudantes trouxessem para as discussões exemplos do cotidiano, “os grupos de WhatsApp são os ambientes próximos deles que mais circulam *fake news*, especificamente de política, a partir de printscreens do Facebook que são compartilhados nos grupos de WhatsApp” (Observador 1). O que confirma a afirmação de De Deus, Nogueira e Masetti (2025, p. 22) de que “a busca por informações nas redes sociais se configura como um “padrão”.

Falando da pesquisa-ação, após a finalização do processo de desenvolvimento do jogo foram entregues exemplares para docentes da rede estadual de ensino da cidade de Ponta Grossa. Sabe-se que o jogo será aplicado por apenas um docente em sala de aula, diferente das aplicações feitas pelo grupo, que contam com pelo menos três aplicadores. Por esse motivo, uma das preocupações da equipe foi desenvolver em paralelo um material de formação para professores da rede pública de ensino de Ponta Grossa-PR. Afinal, concordando com Ongaro (2023), “grande parte dos professores corre contra o tempo para acompanhar as tecnologias e suas possibilidades técnicas” (Ongaro, 2023, p. 120). Isso se soma, no caso específico do Paraná, ao “Projeto de Destrução da Educação Pública” no estado (CSD, 2024) promovido ao longo do mandato dos últimos dois governos estaduais e que envolve a educação de nível básico, passando pelo nível médio e alcançando o ensino superior.

O material didático de formação em formato de cartilha foi intitulado de “Estratégias Didáticas para Combater a Desinformação no Paraná”² e possui seis capítulos que abordam a trajetória do projeto, conceitos sobre desinformação, *fake news* e cultura digital, o papel de agentes públicos e sociais no enfrentamento ao problema e formas de combatê-la e foi lançado pelo grupo de pesquisa e extensão do Combate no segundo semestre de 2025 no site da Pró-Reitoria de Extensão da Universidade Estadual de Ponta Grossa (PROEX-UEPG). O material servirá ainda para orientar o docente para que ele inclua o jogo de cartas dentro do plano de aula da disciplina, o que dá mais sentido para o dispositivo didático e facilita na hora da aplicação, pois, se espera que o profissional já tenha desenvolvido, durante o correr das semanas anteriores, textos, conversa com os estudantes, atividades prévias, vídeos e imagens, entre outras possibilidades. Esse processo de planejamento pode gerar até mais interesse na hora de jogar. Frisa-se isso, pois durante as aplicações pilotos notou-se que, pelo jogo de cartas não ter feito parte do planejamento do início da disciplina, ele causou certa surpresa junto aos estudantes.

² Ver:

<https://www2.uepg.br/proex/wp-content/uploads/sites/8/2025/09/Cartilha-Combate-a%CC%80-Desinforma%C3%A7a%C3%A7o-3.pdf>. Acesso em 28 out. 2025.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O papel dos observadores e da pesquisa-ação durante o processo prático de aplicação e avaliação do material didático se mostrou primordial, a partir do cruzamento do ensino, através da educação midiática, da extensão, via oficinas do projeto nas escolas, e da pesquisa, através das leituras sobre educação midiática do grupo de estudos e das observações em campo feitas pelos pesquisadores do projeto.

Considera-se que o exercício teste foi importante, pois revelou inconsistências na estruturação dos conteúdos em tempo de correções. Embora os temas abordados tenham sido extraídas das ofertas desinformacionais que circulam nas redes sociais, a forma se mostrou complexa, revelado pela necessidade de intervenção recorrente dos aplicadores no sentido de explicar siglas e termos específicos, o que exigiu revisões.

Por outro lado, a intenção de evitar a disputa, natural em qualquer jogo, foi alcançada. Isto fica evidente nos relatos quando dizem que os assuntos pautaram discussões para além do interesse inicial de vencer o grupo adversário. Esta constatação indica que em atividades de educação midiática, no caso deste artigo, o jogo “Real ou Fake?”, o objetivo central não é jogar algo de modo recreativo para passar o tempo, no intervalo das aulas ou em aulas vagas – atividades que também podem acontecer, mas expandir as noções dos estudantes sobre compartilhamento de conteúdo, algo que deve ir para além do jogo de cartas e chegar nos ciclos sociais externos à escola. É um processo de formação crítica dos estudantes, que tem sido um dos objetivos do projeto de extensão “Combate à Desinformação nos Campos Gerais” e do grupo de pesquisa (CNPq) “Jornalismo, Política e Cidadania em Tempos de Desinformação”.

Outra síntese diz respeito à elevada quantidade de cartas com respostas “Fake”, 2/3 conforme identificado. Essa situação, embora não tenha prejudicado o andamento do exercício, conduziu os usuários a pressupor que a resposta seria “Fake”. O erro foi corrigido. Notou-se que o tempo de aplicação não precisa ser exatamente 50 minutos, se o professor ou professora utilizar apenas 20 minutos com um grupo concentrado de estudantes, também terá resultados. Pode ser até com apenas dois estudantes.

O projeto continuou com as visitas nos colégios estaduais durante o primeiro e segundo semestre de 2024 para a aplicação do jogo “Real ou Fake?”. Em 2025 as atividades que envolvem a educação midiática continuam acontecendo, inclusive, a partir de novo financiamento via edital do Programa Universidade Sem Fronteiras (USF) da Secretaria de Ciências, Tecnologia e Ensino Superior do Paraná (Seti-PR).

Em 2025, uma nova versão do baralho foi criada, a partir de uma seleção das cartas de 2024. O processo de escolha considerou a performance das cartas durante as atividades nas escolas, identificando quais geraram mais engajamento e reflexão entre os estudantes para serem mantidas na nova versão. A versão de 2025 do baralho didático contém 20 cartas-pergunta e 20 cartas-resposta, totalizando 40 cartas (Dos Anjos; Santos; Klosienski, 2025, p. 4).

Por fim, sabe-se que somente ações de educação midiática não são suficientes para diminuir os efeitos negativos da desinformação na sociedade, logo, serão necessários esforços intersetoriais, interdisciplinares e multidisciplinares.

REFERÊNCIAS

ALVES DOS SANTOS JUNIOR, M.; WASHINGTON NICHOLS, B. Modelos de financiamento da desinformação: uma análise da monetização de websites hiperpartidários de direita. **E-Compós**, [S. l.], 2024. Disponível em: <www.e-compos.org.br>. Acesso em: 19 ago. 2024.

ATLAS DA NOTÍCIA, 2024. Disponível em: <www.atlas.jor.br>. Acesso em: 16 mar. 2024.

CENTRO REGIONAL DE ESTUDOS PARA O DESENVOLVIMENTO DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO (Cetic), 2024. Disponível em: <cetic.br/pt/pesquisa/educacao/indicadores>. Acesso em: 13 mar. 2024.

COMBATE A DESINFORMAÇÃO NOS CAMPOS GERAIS. Disponível em: <combateadesinformacao.com.br>. Acesso em: 16 mar. 2024.

CSD, Comando Sindical Docente. **Educação Pública no Paraná: Um Projeto de Destrução**. Disponível em: <https://sindunespar.org.br/educacao-publica-no-parana-um-projeto-de-destruicao/>. Acesso em 07 de maio de 2025.

DE DEUS, D.; NOGUEIRA, A.; MASETTI, A. **Literacias E Educação Midiática: A Identificação De Desinformação Por Alunos E Professores No Brasil**. Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, [S. l.], v. 23, n. 46, 2024. DOI: 10.55738/alaic.v23i46.1118. Disponível em: <https://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/1118>. Acesso em: 18 abr. 2025.

DESMURGET, Michel. **A fábrica de cretinos digitais: Os perigos das telas para nossas crianças**. 1. Ed. São Paulo: Vestígio, 2023.

DEUZE, M.; WITSCHGE, T. **Além do jornalismo: O que o jornalismo está se tornando**. In: Leituras do Jornalismo, ano 2, vol. 2, n. 4, jul-dez, 2018.

DOS ANJOS, M. M. P.; SANTOS, D. C. D.; KLOSIENSKI, M. V. Educação Midiática Como Estratégia De Ensino De Jornalismo: Avaliação Do Jogo Didático Sobre Desinformação “Real Ou Fake?” In: ANAIS DO 24º ENCONTRO NACIONAL DE ENSINO DE JORNALISMO, 2025, Curitiba. **Anais eletrônicos...**, Galoá, 2025.

EDUCAMÍDIA. **O que é educação midiática?** São Paulo, 2024. Disponível em: <educamidia.org.br/educacao-midiatica>. Acesso em: 16 mar. 2024.

EMPOLI, G. D. **Os engenheiros do caos**. Tradução Arnaldo Bloch. 1. ed. São Paulo: Vestígio, 2019.

FREIRE, P. **Educação como prática da liberdade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1967.

IBGE. Disponível em: <www.ibge.gov.br>. Acesso em: 16 mar. 2024.

IRETON, C. Verdade, confiança e jornalismo: por que é importante. In: UNESCO, **JORNALISMO, FAKE NEWS e DESINFORMAÇÃO**. 2019. Disponível em: <unesdoc.unesco.org>. Acesso em: 19 de agosto de 2024.

JAVORSKI, E.; GUSMÃO, C.; BARGAS, J. Real ou Fake: desenvolvimento e aplicação de um jogo de cartas para o combate à desinformação no interior do Pará. **Contracampo**, Niterói, v. 42, n. 3, 2023. Disponível em: <periodicos.uff.br/contracampo> Acesso em: 16 mar. 2024.

Combate à desinformação: o uso de material didático como estratégia de educação midiática

MOROZOV, E. **Big Tech: a ascensão dos dados e a morte da política.** Traduzido por Claudio Marcondes. – São Paulo: Ubu Editora, 2018.

JENKINS, H.; GREEN, J.; FORD, S. **A Cultura da Conexão: criando valor por meio da mídia propagável.** Tradução Patrícia Arnaud. São Paulo: Aleph, 2014.

ONGARO, V. **Percepções de jovens estudantes sobre Fake News/desinformação: implicações na vida em sociedade e as possibilidades educativas na escola.** 2023. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/249999/PEED1694-T.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 18 abr. 2025.

PAVÃO, B. De Almeida. **História.** Ponta Grossa, 2024. Disponível em: <www.pgojoaoeduvernat.seed.pr.gov.br>. Acesso em: 16 mar. 2024.

REDE NACIONAL DE COMBATE À DESINFORMAÇÃO, SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL, 2021. Disponível em: <<https://rncd.org/>>. Acesso em: 13 mar. 2024.

SECRETÁRIA DA EDUCAÇÃO DO PARANÁ, 2024. Disponível em: <www.consultaescolas.pr.gov.br>. Acesso em 20 ago. 2024.

SILVA, Leiliane Domingues da; MELLO e SILVA, Dagmar de. **A importância da alfabetização midiática no contexto contemporâneo. Ensino, Comunicação e Desinformação: vol. 2 – Letramento e Educação Midiática** / Organização: Gilson Pôrto Jr., Luiz Antonio Botelho Andrade, Danilo de Melo Souza. -- Palmas, TO: Observatório Edições, 2024. P – 81 – 99.

RELATÓRIO DE OBSERVAÇÃO. Observador 1 - Projeto de Extensão Combate à desinformação dos Campos Gerais, 2023.

SOUZA JUNIOR, I. E. Fintechs, Big techs e crédito alternativo: um estudo sobre os conceitos, regulamentações e volume de crédito alternativo no Brasil e no mundo. 2022. 32f. Monografia (Graduação em Ciências Econômicas) - Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2022.

TIC DOMICÍLIOS, 2023. Disponível em: <cetic.br/pt/pesquisa/domicilios/indicadores/>. Acesso em: 16 mar. 2024.

TIC EDUCAÇÃO 2022 DO CGI. Disponível em: <cetic.br/pt/pesquisa/educacao/indicadores/>. Acesso em 13 mar. 2024.

VAN DICK, J. **Datafication, dataism and dataveillance: Big Data between scientific paradigm and ideology.** Surveillance & society, v. 12, n. 2, p. 197-208, 2014.

WARDLE, C. Guia essencial da First Draft para entender a desordem informacional. 2º ed. Londres: **First Draft**, 2020. Disponível em: <firstdraftnews.org>. Acesso em: 16 mar 2024.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein, 2018. **Thinking about ‘information disorder’: formats of misinformation, disinformation, and mal information.** In: IRETON, C.; POSETTI, J. (Ed.). Journalism, ‘fake news’ & disinformation: handbook for journalism education and training, module 2. UNESCO, 2018.