

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA
BACHARELADO EM JORNALISMO**

ELISA HENGEMÜHLE

**DETETIVES DA VERDADE: UM PRODUTO JORNALÍSTICO AUDIOVISUAL
ANIMADO COM IA. LITERACIA MIDIÁTICA PARA O COMBATE À
DESINFORMAÇÃO**

**SÃO BORJA
2025**

ELISA HENGEMÜHLE

**DETETIVES DA VERDADE: UM PRODUTO JORNALÍSTICO AUDIOVISUAL
ANIMADO COM IA. LITERACIA MUDIÁTICA PARA O COMBATE À
DESINFORMAÇÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Vivian de Carvalho Belochio

**SÃO BORJA
2025**

Ficha catalográfica elaborada automaticamente com os dados fornecidos pelo(a) autor(a) através do Módulo de Biblioteca do Sistema GURI (Gestão Unificada de Recursos Institucionais) .

H511d Hengemühle, Elisa

Detetives da Verdade: um Produto Jornalístico Audiovisual Animado com IA. Literacia Midiática para o Combate à Desinformação / Elisa Hengemühle.

62 p.

Tese(Doutorado)-- Universidade Federal do Pampa, JORNALISMO, 2025.

"Orientação: Vivian Belochio".

1. literacia midiática. 2. jornalismo infanto-juvenil. 3. desinformação. 4. produção audiovisual. 5. inteligência artificial. I. Título.

ELISA HENGEMÜHLE

**DETETIVES DA VERDADE: UM PRODUTO JORNALÍSTICO AUDIOVISUAL ANIMADO COM
IA. LITERACIA MUDIÁTICA PARA O COMBATE À DESINFORMAÇÃO**

Trabalho de Conclusão apresentado ao
Curso de Jornalismo da Universidade
Federal do Pampa, como requisito
parcial para obtenção do Título de
bacharel em Jornalismo.

Trabalho de Conclusão de Curso defendido e aprovado em: 04/12/2025.

Banca examinadora:

Prof^ª. Dr^ª. Vivian de Carvalho Beloquio
Orientadora
(Unipampa)

Prof^ª. Dr^ª. Alciane Nolibos Baccin
(Unipampa)

Prof^ª. Dr^ª. Roberta Roos Thier
(Unipampa)



Assinado eletronicamente por **ROBERTA ROOS THIER, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 15/12/2025, às 14:14, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **VIVIAN DE CARVALHO BELOCHIO, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 15/12/2025, às 14:20, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **ALCIANE NOLIBOS BACCIN, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 15/12/2025, às 15:29, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.unipampa.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1915772** e o código CRC **48F3751E**.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
Universidade Federal do Pampa

ATA DE DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Aos quatro dias do mês de dezembro do ano de 2025, às 10h, no Campus São Borja e pelo Google Meet, realizou-se a Defesa Pública do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado **Detetives da Verdade: um Produto Produto Jornalístico Audiovisual Animado com IA. Literacia Midiática para o Combate à Desinformação**, de autoria da aluna **Elisa Hengemühle**, discente do Curso de Jornalismo. A Banca Examinadora esteve constituída pelos professores:

Presidente (orientadora): Prof^a. Dr^a. Vivian de Carvalho Belochio

Membros: Prof^a. Dr^a. Alciane Nolibos Baccin e Prof^a. Dr^a Roberta Roos Thier

Concluídos os trabalhos de apresentação e arguição, o parecer conclusivo da banca examinadora é de que a discente está (x) APROVADA () REPROVADA com nota DEZ . Foi concedido um prazo de (10) dias, para que a mesma efetue as correções sugeridas pela Banca Examinadora e apresente o trabalho em sua redação definitiva, sob pena de não expedição do Diploma. E, para constar, foi lavrada a presente ata, que vai assinada pelos membros da Banca Examinadora.

Por sugestão da Banca Examinadora, o novo título passa a ser (preencher se pertinente):



Assinado eletronicamente por **ALCIANE NOLIBOS BACCIN, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 08/12/2025, às 22:51, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **VIVIAN DE CARVALHO BELOCHIO, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 15/12/2025, às 14:03, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **ROBERTA ROOS THIER, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 15/12/2025, às 14:12, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.unipampa.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1911496** e o código CRC **037FE8EE**.

Referência: Processo nº 23100.021558/2025-62 SEI nº 1911496

AGRADECIMENTOS

Dedico este trabalho às pessoas mais importantes da minha vida.

A Deus, que sustenta os meus dias, ilumina a minha vida e me concedeu a oportunidade de viver quatro anos verdadeiramente extraordinários. Obrigada por sempre me amparar e fortalecer meus passos em todos os momentos dessa jornada.

Ao meu amor, João Vitor, que embarcou nesse sonho comigo e foi meu porto seguro em todos os desafios dessa trajetória. Que, junto com o Gucci e a Chanel, preencheu os meus dias. A ti, sou imensamente grata.

Ao Benício, meu irmão, fonte constante de amor e alegria, que mesmo de longe esteve presente e torcendo por mim.

Ao meu avô Camilo e à minha avó Suzana (*in memoriam*), que acreditaram neste sonho e investiram nele com generosidade e carinho. A vocês, minha eterna gratidão.

Às minhas dindas, Gabriela e Camila, obrigada pelo apoio incondicional, pela torcida e por serem sempre abrigo.

E especialmente aos meus pais, Franciel e Priscila, que sustentaram minhas raízes com amor, apoio e confiança. Sem vocês, nada disso seria possível. Espero retribuir com muito orgulho tudo o que fizeram e fazem por mim.

Aos amigos que São Borja me presenteou, Camili, Isabely e Luis André, obrigada por compartilharem comigo essa caminhada e tornarem cada etapa mais leve e especial.

Às minhas irmãs de coração, Stefany, Fernanda e Laura, que sempre torceram por mim e estiveram ao meu lado nessa trajetória.

Agradeço também aos mestres que passaram pelo meu caminho e contribuíram para a profissional que me tornei. Cada ensinamento, incentivo e desafio proposto foi essencial para meu crescimento acadêmico, pessoal e profissional. Sou imensamente grata por todo o conhecimento compartilhado ao longo dessa trajetória.

Por fim, deixo um agradecimento especial à minha orientadora, Vivian Belochio, que aceitou embarcar nessa aventura comigo, dedicando atenção, cuidado e parceria ao longo do percurso. Obrigada por tudo.

A todos vocês, o meu muito obrigada.

RESUMO

O trabalho *“Detetives da Verdade: um Produto Jornalístico Audiovisual Animado com IA. Literacia Midiática para o Combate à Desinformação”* é um Projeto Experimental desenvolvido como Trabalho de Conclusão de Curso em Jornalismo pela Universidade Federal do Pampa. O objetivo foi criar dois vídeos de aproximadamente três minutos cada, voltados ao ensino de conceitos jornalísticos e à utilização da literacia midiática como estratégia de combate à desinformação desde a infância. O tema se justifica pela necessidade de formar crianças como leitores críticos em um contexto de convergência midiática e da circulação de informações falsas. A pesquisa foi realizada através de estudo bibliográfico e entrevista semiestruturada, além dos processos pré-produção, produção e pós-produção dos vídeos educativos. O resultado do projeto evidencia a importância da literacia midiática na educação de crianças, desde cedo, e o potencial da inteligência artificial como ferramenta educacional e criativa, contribuindo para o desenvolvimento de competências críticas sobre a informação e o jornalismo.

Palavras-chave: literacia midiática; educação midiática; jornalismo infanto-juvenil; desinformação; produção audiovisual; inteligência artificial.

Link de acesso:

<https://www.youtube.com/@THEOELIAOSDETETIVESDAVERADADE>

ABSTRACT

The work “Truth Detectives: an Animated Audiovisual Journalistic Product with AI. Media Literacy for Combating Disinformation” is an Experimental Project realized as an end of course paper for the journalist degree at Universidade Federal do Pampa. The objective was to create two videos, approximately three minutes long each, aimed at teaching journalistic concepts and using media literacy as a strategy to combat disinformation from childhood. The theme is justified by the need to train children as critical readers in a context of media convergence and the circulation of false information. The research was conducted through bibliographic study and semi-structured interviews, in addition to the pre-production, production, and post-production processes of the educational videos. The project’s result highlights the importance of media literacy in early childhood education and the potential of artificial intelligence as an educational and creative tool, contributing to the development of critical competencies regarding information and journalism.

Key Words: media literacy; media education; children's and youth Journalism; disinformation; audiovisual production; artificial intelligence.

Access Link:

<https://www.youtube.com/@THEOELIAOSDETETIVESDAVERADADE>

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Print screen do primeiro vídeo.....	34
Figura 2 – Print screen do segundo vídeo.....	38

1. INTRODUÇÃO.....	9
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	13
2.1 A Cultura da Convergência e a crise do jornalismo.....	13
2.2 Literacia Midiática para crianças.....	17
3. PROCEDIMENTOS TECNO-METODOLÓGICOS.....	27
3.1 Pré Produção:.....	27
3.2 Produção:.....	40
3.3 Pós Produção:.....	41
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS:.....	43
REFERÊNCIAS:.....	45
APÊNDICE A — ENTREVISTA.....	48
APÊNDICE B — PROMPTS UTILIZADOS.....	53

1. INTRODUÇÃO

Este projeto experimental tem como foco o desenvolvimento de um produto de literacia midiática voltado para crianças do 1º ano do ensino fundamental.¹ O produto educacional será composto por uma sequência didática de dois vídeos que abordam temas como jornalismo, desinformação e produção crítica de conteúdo.

Interessa, com a experiência proposta, contribuir com a reflexão a respeito do papel da literacia midiática² no combate à desinformação, através de estratégias de educação midiática³. A ideia é estimular os públicos envolvidos no projeto a entenderem a diferença entre informações sem procedência e as notícias produzidas por meios jornalísticos, estimulando a reflexão sobre os processos de produção e circulação da informação. Com isso, pretende-se contribuir para a formação de leitores e produtores conscientes, pensando em um contexto marcado pela convergência midiática e pela desinformação.

Segundo Ripoll e Matos (2017) a propagação de informações falsas tem se tornado cada vez mais comum no meio digital. Com a disseminação de diferentes tipos de conteúdos enganosos, muitas pessoas acabam sendo influenciadas por notícias falsas ou imprecisas. Para Wardle e Derakhshan (2023), a desinformação deve ser compreendida dentro de um fenômeno mais amplo, que os autores denominam de “desordem informacional” (information disorder). Eles recomendam que o debate sobre esse tema utilize três conceitos fundamentais: o primeiro deles é a informação falsa (mis-information), entendida como o compartilhamento de uma informação incorreta, porém sem a intenção de causar danos. O segundo diz respeito a desinformação (dis-information), que se refere à criação e disseminação de informações falsas com o objetivo de prejudicar indivíduos, grupos ou instituições. Por fim, a informação maliciosa (mal-information), caracterizada pelo uso de informações verdadeiras, mas que são distorcidas, expondo aspectos pessoais da vida de pessoas e violando sua intimidade.

De acordo com a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO, 2019), a desinformação diz respeito a conteúdos

¹Segundo Gabriel (2013) modelos lúdicos, como os vídeos, são estratégicos para despertar a curiosidade, engajamento e facilitar a assimilação de novos conceitos desde as primeiras fases escolares.

² Esse conceito será abordado nas próximas seções do seguinte trabalho

³ A definição detalhada deste conceito será discutida posteriormente

falsos produzidos para enganar, manipular opiniões públicas ou gerar confusão informacional. Para Jenkins, esse fenômeno se intensificou com a naturalização da cultura da convergência, que é marcada pela circulação de conteúdos através de múltiplas plataformas midiáticas e pelo comportamento migratório dos públicos, que vão de um meio a outro em busca de experiências de entretenimento (Jenkins, 2008).

Nas mídias sociais digitais, definidas por Jenkins (2008) como espaços de produção, compartilhamento e remix de conteúdo por múltiplos atores, profissionais ou não, a distribuição de informações ocorre de maneira descentralizada. O intenso fluxo de informações, impulsionado por novas formas de acesso e produção de conteúdo no ambiente digital, tem facilitado o consumo e a disseminação de dados falsos, distorcidos ou manipulados, muitas vezes utilizados para atender a interesses pessoais ou institucionais. Esse cenário contribui para a circulação de conteúdos com distintos níveis de credibilidade, o que dificulta a distinção entre jornalismo profissional e práticas de desinformação (Ripoll e Matos, 2017). Muitas vezes, o público acaba confundindo publicações que se assemelham a notícias com conteúdos jornalísticos verificados, o que evidencia a importância de uma formação crítica desde os primeiros anos da escolarização (Santos; P., 2021).

Vivemos numa época em que a informação circula de maneira rápida e contínua. Esse fenômeno pode ser entendido através da Cultura da Convergência, definida por Jenkins (2008) como um processo em que os conteúdos midiáticos transitam por diferentes plataformas e formatos, enquanto os consumidores deixam de ser apenas receptores passivos para se tornarem participantes ativos, colaborando na criação, compartilhamento e circulação das informações. Nessa realidade, transforma-se a forma como a informação é consumida e compartilhada. Esse conceito explica que há crescente participação dos consumidores na criação e disseminação de informações. Os públicos passam de espectadores para produtores de conteúdos. As crianças, inseridas e vivenciando essa era, estão imersas em ambientes cheios de estímulos e mensagens midiáticas todos os dias. Essa lógica de convergência transforma a forma como a informação é consumida e compartilhada, exigindo novas competências para navegar neste ecossistema. Por esse motivo, se torna urgente desenvolver habilidades que permitam a compreensão crítica e reflexiva dessas mensagens, processo conhecido como literacia midiática.

Segundo Livingstone (2004), a literacia midiática é a competência que envolve a capacidade de acessar, analisar, avaliar e criar mensagens em diversos contextos. Em um ambiente cada vez mais tecnológico, digital e pela circulação excessiva de conteúdos, a literacia midiática capacita os indivíduos a agirem de forma crítica diante das informações que consomem e produzem. Ao desenvolver essas habilidades, as pessoas se tornam mais aptas a identificar fake news e a reconhecer sua participação cidadã de forma responsável dentro das redes. Desse modo, a literacia midiática não se limita a um saber técnico, mas como uma prática para a formação de sujeitos críticos e ativos na sociedade. Segundo a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), essa competência é fundamental, não somente no âmbito informacional, mas também para compreender como os indivíduos se relacionam socialmente.

No Brasil, o cenário da informação não é diferente. A Base Nacional Comum Curricular (BNCC), documento que define o conjunto de aprendizagens essenciais que todos os estudantes da Educação Básica necessitam, é reconhecida a importância da educação midiática. A partir disso, incentiva práticas pedagógicas que promovam o pensamento crítico e a compreensão das mídias desde os anos iniciais do ensino fundamental.

Entretanto, uma pesquisa longitudinal, feita desde 2019 até 2022 pela Cátedra Maria Aparecida Baccega revela que há muitos desafios para a implementação dessas leis nas escolas, especialmente nos anos iniciais do ensino fundamental. Muitos educadores enfrentam desafios relacionados à formação na área, à disponibilidade de recursos didáticos adequados e à integração da educação midiática no currículo escolar, de forma significativa e contextualizada.

(...) o uso de plataformas requer que o professor conheça e utilize os seus recursos para trabalhar com os alunos, o que geralmente é iniciativa do próprio docente, que a estuda por conta própria. Os participantes da pesquisa mencionam que, na maior parte das vezes, é o professor que toma as decisões “do que” e “como” abordar a mídia e o consumo em sala de aula. (Hoff; Spinelli; Generali, 2019d, p. 5, apud Spinelli et al., 2023, p. 89-90.)

Diante desse cenário, as crianças estão inseridas em um universo onde é preciso saber separar o que é real do que é ficcional, o verdadeiro do que é falso. Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) desenvolve um material didático que

auxilie na abordagem desses temas, relacionados à mídia, à desinformação e ao jornalismo, promovendo o desenvolvimento de ideias críticas e reflexivas nos alunos. O trabalho busca contribuir para a formação de crianças mais conscientes e preparadas para lidar com os desafios do mundo midiático contemporâneo. Sem essa formação crítica, essa nova geração se torna vulnerável à desinformação, que se dissemina de forma viral nas mídias sociais e aplicativos de mensagens - contexto em que estão inseridas.

É possível observar, diante do cenário apresentado, que há grande dificuldade na distinção entre conteúdos jornalísticos e de desinformação. Essa dificuldade demonstra a necessidade de trabalhar, desde cedo, o papel do jornalismo na realidade atual, assim como a função do jornalista e o processo de produção da notícia. Essas preocupações motivam a questão-problema que orienta este trabalho: de que forma o produto audiovisual de literacia midiática pode auxiliar os alunos do 1º ano do ensino fundamental a compreenderem a diferença entre jornalismo e desinformação? Para responder essa pergunta, estabelece-se o seguinte **objetivo geral**: desenvolver um produto audiovisual infantil de literacia midiática, com o auxílio de IA, sobre o jornalismo e a desinformação, para crianças do 1º ano do ensino fundamental. Foram definidos dois **objetivos específicos** para a elaboração desse projeto: entender a importância da literacia midiática no contexto educacional, relacionando-a com o cenário da desinformação e de crise do jornalismo, em meio à plataformização e elaborar um material didático audiovisual adequado à faixa etária do público-alvo.

Para cumprir com os objetivos propostos, desenvolver-se-á uma reflexão teórica envolvendo tais assuntos. Posteriormente, será descrita a metodologia adotada para a construção do produto aqui proposto, bem como serão apresentados os resultados da ação realizada.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo reúne os conceitos e referenciais que fundamentam esta pesquisa. Para entender o cenário em que a desinformação vem afetando a credibilidade de instituições como o jornalismo, considera-se necessário descrever e refletir sobre a cultura da convergência. A intenção é relacionar o fenômeno com a plataformização e pensar o papel da literacia midiática nessa realidade. Isso porque, diante da crise do jornalismo nessa conjuntura, torna-se fundamental organizar estratégias de educação midiática, como a que está sendo desenvolvida neste projeto experimental. Entre os autores de referência estão Rogério Christofolletti, Henry Jenkins, José van Dijck, Thomas Poell e Martijn de Waal, além de Claire Wardle e Hossein Derakhshan, Boris Bellini, Eli Pariser, Martha Gabriel, Ismar de Oliveira Soares, Sonia Livingstone e entre outros. Para compreender os conceitos centrais e favorecer a reflexão proposta, este capítulo organiza-se em dois tópicos principais: 'A cultura da convergência e a crise do jornalismo' e 'Literacia midiática para crianças'. A partir deles, será possível contextualizar e aprofundar as ideias, que serão desenvolvidas na seção seguinte.

2.1 A Cultura da Convergência e a crise do jornalismo

Henry Jenkins (2008) desenvolveu o conceito de cultura da convergência, que descreve a transformação cultural provocada mediante o uso generalizado e cotidiano de diferentes plataformas de mídia conectadas ao ciberespaço e o novo papel que os consumidores ocupam nesse processo. Para ele, a convergência é também uma transformação cultural, que resulta da interação entre as velhas e as novas mídias, afetando tanto a maneira como as histórias são contadas, quanto o papel dos indivíduos enquanto consumidores e produtores de conteúdo. O autor argumenta que as narrativas não estão mais restritas a um único meio de comunicação. Pelo contrário, conteúdos migram de uma plataforma para a outra, desde a televisão até as redes sociais, dos jornais até os sites de notícias, interagindo com o público de maneiras cada vez mais complexas. Ele afirma que, nessa era, "toda história importante é contada, toda marca é vendida e todo consumidor é cortejado por múltiplas plataformas de mídia" (Jenkins, 2008, p.27). Essa conexão entre as mídias resulta em uma experiência através da qual o

público, falando sobre notícia, precisa navegar por plataformas que variam desde o conteúdo profissional até as produções amadoras.

A convergência não é apenas uma transformação tecnológica, mas uma mudança cultural, nas práticas de consumo e produção de mídia (Jenkins, 2008). O público, dessa forma, tem acesso direto à produção e à distribuição de conteúdos, o que dá um novo significado ao papel dos produtores tradicionais de mídia. Assim, o consumidor deixa de ser um receptor passivo e passa a ser um participante ativo, influenciando a produção de conteúdo, seja através da criação de posts nas redes sociais, pela participação em debates online e até mesmo suas interações com os algoritmos. O papel do ser humano na produção de mídia e o engrandecimento do poder entre os consumidores colocam em risco modelos antigos de jornalismo, ao mesmo tempo que criam novas oportunidades de participação. (Silva et al., 2020).

A convergência das mídias ocorre, em grande parte, graças ao poder dessas plataformas, que, além de distribuírem os conteúdos, controlam os fluxos da informação, com algoritmos que priorizam conteúdos baseados em sua capacidade de gerar engajamento, sem se importar, de fato, com a relevância ou a veracidade da informação (Jenkins, 2008). O modelo tradicional, que dependia de meios de comunicação como rádio, televisão e jornais impressos, tem sido, aos poucos, substituído por modelos baseados em plataformas digitais que oferecem acesso instantâneo e massivo às informações. No entanto, ao mesmo tempo que essa transição oferece mais liberdade de acesso aos conteúdos, também cria novos desafios, como a desinformação.

No último quarto de século, assistimos a, pelo menos, três eventos transformadores da sociabilidade: o avanço dos processos de desinformação global, uma acelerada desconfiança nas instituições e uma tendência crescente de abandono dos mediadores. O fenômeno da desinformação já é comparável ao da poluição e da emergência climática. É uma ameaça real e ubíqua, com impactos severos e imediatos em pessoas, grupos e organizações, com demonstrações inequívocas de prejuízos sociais em processos eleitorais, decisões coletivas e campanhas de imunização. Os resultados vão da dúvida generalizada à confusão programada, levando à desorientação, ao alarmismo e ao esgarçamento do tecido social. (Christofolletti, 2025, p.263)

As plataformas não apenas distribuem conteúdos, mas também moldam a forma como o conteúdo é consumido e interpretado, com o uso de algoritmos que favorecem conteúdos que geram mais interações, muitas vezes em detrimento da qualidade e da credibilidade jornalística.

O jornalismo enfrenta uma crise de credibilidade, gerada pela proliferação de conteúdos falsos, sensacionalistas e pela desinformação disseminada nas mídias sociais. A convergência das mídias (Jenkins, 2008) e a plataformização (Van Dijck, Poell & de Waal, 2018) têm potencializado a crise do jornalismo tradicional, já que as plataformas digitais desestabilizam os modelos de negócio tradicionais, como os jornais impressos e a televisão. Nesse contexto, os tipos de notícias e conteúdos aos quais as pessoas têm acesso passam a ser fortemente moldados pela interação dinâmica entre as plataformas digitais, os usuários e as organizações (Van Dijck, Poell & de Waal, 2018). Essa interação promove uma união de formatos, elementos que antes eram claramente separados, como notícias e conteúdo patrocinado passam a ser hibridizados.

O conceito de sociedade da plataforma refere-se a uma transformação de setores sociais inteiros, resultado de um processo de moldagem entre plataformas digitais e os atores sociais envolvidos (Van Dijck, Poell & de Waal, 2018). No caso do jornalismo, essa plataformização ocorre quando produtores de conteúdo jornalístico, sejam organizações ou indivíduos, passam a oferecer seus produtos e serviços por meio dessas plataformas digitais, seguindo as suas regras, formatos e lógicas de distribuição.

Concordamos que as plataformas online estão no centro de um desenvolvimento importante, mas não pensamos nelas nem como um fenômeno econômico exclusivo nem como uma construção tecnológica com corolários sociais. Em vez disso, preferimos uma visão abrangente de um mundo conectivo onde as plataformas penetraram no coração das sociedades - afetando instituições, transações econômicas e práticas sociais e culturais - forçando assim governos e estados a ajustar suas estruturas legais e democráticas (Chadwick 2013; Van Dijck 2013). As plataformas, a nosso ver, não provocam uma revolução; em vez disso, estão gradualmente se infiltrando e convergindo com as instituições e práticas (offline, herdadas) por meio das quais as sociedades democráticas são organizadas. É por isso que preferimos o termo "sociedade de plataforma" - um termo que enfatiza a relação inextricável entre plataformas online e estruturas sociais. A "sociedade de plataforma" não apenas muda o foco do econômico para o social; o termo também se refere a uma profunda disputa sobre ganho privado versus benefício público em uma sociedade onde a maioria das interações são realizadas via Internet. (Van Dijck, Poell; de Waal, 2018, p. 2)

Nesse contexto de plataformização (Van Dijck, Poell & de Waal, 2018), a propagação de desinformação ganha destaque e a interação dos consumidores com os conteúdos se torna mais imprevisível, incontrolável, o que dificulta a distinção entre fontes confiáveis e não confiáveis. Segundo Wardle e Derakhshan (2023), a

desinformação se caracteriza por sua intencionalidade; trata-se da criação ou manipulação de conteúdos falsos com o objetivo de enganar o público e causar dano a indivíduos, grupos ou instituições. A ampla diversidade de conteúdos disponíveis na internet e nas mídias sociais simula características típicas do jornalismo profissional, como a linguagem objetiva, a estrutura de notícia e o uso de dados. Isso ocorre sem que se obedeça a critérios éticos do campo jornalístico.

Como consequência, o jornalismo tradicional, com sua busca pela veracidade, perde espaço, resultando na crise atual que a profissão enfrenta. Jenkins (2008) já alertava para os efeitos negativos dessa convergência; enquanto o público se torna mais envolvido com as mídias sociais, a produção de conteúdos passa a ser impulsionada por interesses econômicos e por estratégias de monetização, o que frequentemente compromete a integridade jornalística. Nesse cenário, Jenkins, Green e Ford (2014) desenvolvem o conceito de "propagabilidade". Eles evidenciam que a circulação de conteúdos na cultura digital depende tanto da ação dos usuários quanto dos mecanismos comerciais tradicionais. Os autores argumentam que propagabilidade está relacionada à capacidade de os conteúdos se espalharem conforme processos de avaliação social, onde o próprio público decide o que compartilhar, adaptar e fazer circular. No entanto, essa autonomia dos usuários ocorre dentro de um ecossistema digital marcado por lógicas próprias, algoritmos e interesses de mercado que moldam o que ganha alcance. Assim, a propagabilidade também expõe como a circulação ocorre por dinâmicas econômicas que podem limitar a diversidade das informações e intensificar a busca por engajamento, sem se importar com os valores jornalísticos.

Além disso, a rápida disseminação de informações nas plataformas digitais não permite mais uma verificação de fatos eficaz antes da circulação das notícias. Para o jornalismo tradicional, isso gera um grande desafio. Enquanto as plataformas digitais se mantêm através do engajamento e da atração por cliques, o jornalismo de qualidade, que se baseia em pesquisa, apuração e fontes confiáveis, perde relevância. A sociedade vive um momento de descrédito das narrativas e formas tradicionais de conhecimento, como a ciência e o próprio fazer jornalístico. A comunicação em redes digitais intensifica esse cenário ao fragmentar as fontes de informação, ampliando a confusão e reduzindo ainda mais a relevância do jornalismo profissional (Bellini; Santos, 2022).

Nesse contexto de saturação informacional, a inteligência artificial (IA) tem se apresentado tanto como um instrumento promissor quanto como um desafio adicional para as redações. A discussão sobre o uso de Inteligência Artificial no jornalismo exige uma reflexão cuidadosa sobre seus impactos éticos, profissionais e sociais. Silva e Sá (2023) destacam que a IA, apesar de sua capacidade de acelerar a produção de conteúdo e facilitar a interpretação de grandes volumes de dados, levanta preocupações significativas que afetam a prática jornalística. Os autores enfatizam que a IA deve ser vista como um auxiliar e não como um substituto. O papel do jornalista permanece crucial como mediador da informação, e sua capacidade de apuração, checagem de fatos e criatividade é considerada uma qualidade humana insubstituível. A IA, ao automatizar tarefas rotineiras, pode, na verdade, liberar o profissional para se dedicar a conteúdos mais aprofundados e investigativos.

Portanto, a integração da IA no jornalismo, apesar de trazer avanços importantes para a produção e organização das notícias, também reforça a necessidade de desenvolver competências críticas na sociedade. Hoje, as informações circulam muito rápido e, muitas vezes, sem a verificação adequada, o que torna cada pessoa responsável por avaliar a credibilidade do que consome. Por isso, é fundamental que essas habilidades sejam trabalhadas desde a infância, já que crianças e adolescentes estão cada vez mais presentes no ambiente digital. Aprender desde cedo a diferenciar fatos de opiniões e a identificar conteúdos enganosos ajuda na formação de leitores mais atentos e preparados para lidar com a desinformação. Nesse sentido, iniciativas educativas que abordam literacia midiática e checagem de fatos têm papel essencial para fortalecer a autonomia das novas gerações e torná-las mais conscientes diante do excesso de informações que circula diariamente.

2.2 Literacia Midiática para crianças

A literacia midiática pode ser compreendida como um campo de estudo e de ação social, voltado para compreender e aprimorar as relações entre indivíduos e os meios de comunicação. Essa área busca integrar princípios da alfabetização midiática, estimulando a formação de um olhar crítico diante das mensagens e conteúdos que circulam nas mídias. O intuito é capacitar as pessoas a avaliar,

interpretar e produzir informações de maneira ética, reflexiva e responsável (Carvalho Júnior; Carvalho; Sousa, 2024).

Carvalho Junior, Carvalho e Sousa (2024) esclarecem que, quando a alfabetização midiática é introduzida desde cedo, a literacia midiática pode ser desenvolvida de maneira mais efetiva, promovendo uma melhor compreensão dos meios de comunicação e fortalecendo a capacidade das pessoas de discernir conteúdos, identificar as desinformações e participar da sociedade de forma consciente e reflexiva. Além de ser uma competência técnica, a ideia que a literacia midiática representa é de uma transformação social; ela propõe um consumo de informações ativo, em que os sujeitos passam a atuar como participantes conscientes, guiados por valores éticos e democráticos.

A necessidade de se avaliar a eficácia da literacia midiática representa um desafio para pesquisadores e educadores em todo mundo. Estudos confirmam que o maior ou menor nível de alfabetização nessa área pode ter um impacto considerável sobre as atitudes e percepções das pessoas em relação aos conteúdos midiáticos, sobretudo no que diz respeito à desinformação. [...] A promessa da literacia midiática consiste basicamente na possibilidade de transformação de consumidores passivos em ativos, de meros receptores, em cidadãos comprometidos com os valores éticos e democráticos. Pesquisas empíricas têm confirmado que a literacia midiática pode ter um impacto relevante nas atitudes e percepções em relação à produção de conteúdos midiáticos, sobretudo entre jovens. Isto porque as gerações *digital born* costumam pautar suas atitudes em relação à biosfera midiática através de oportunidades de criar seus próprios conteúdos digitais, utilizando para isso as inúmeras plataformas disponíveis, como Instagram, TikTok, Meta, entre outros. (Carvalho Júnior; Carvalho; Sousa, 2024, p. 491, 493)

Diante deste cenário multiplataforma, esclarecer sobre as características do jornalismo aos cidadãos é fundamental. Entende-se neste trabalho que essas orientações devem começar desde a infância. Isso pode acontecer desenvolvendo-se uma alfabetização midiática crítica, que seja capaz de gerar compreensão sobre como as informações são produzidas, consumidas e distribuídas nas diversas plataformas digitais. O processo de alfabetização midiática é urgente, já que as crianças nascem inseridas nesse ecossistema digital e são participantes ativos do processo de produção dos conteúdos, mas sem a formação necessária para analisar as informações. Elas frequentemente consomem conteúdo jornalístico sem entender as lógicas das plataformas, os interesses por trás da produção desses conteúdos e as estratégias de persuasão utilizadas pelas mídias (Buckingham, 2012).

Como sociólogos da infância, os pesquisadores dos Estudos Culturais estão muito inclinados a considerar as crianças como participantes ativos no processo de construção do significado – como atores sociais competentes, e não como vítimas passivas e incompetentes. Este tipo de argumento oferece um importante questionamento para muitos dos pressupostos que normalmente circulam no debate público – particularmente em discussões sobre a violência na mídia. No entanto, existe o risco de adotar uma abordagem centrada na criança muito simplista, que procura exaltar a sofisticação da criança midiática e provar (sem parar) que as crianças não são tão ingênuas ou passivas quanto geralmente se crê. Muitas vezes há um pressuposto implícito de que se as crianças são ativas, então, de alguma maneira, elas não serão influenciadas pelo que assistem. Mas isso não necessariamente procede: na realidade, pode-se argumentar que, em alguns casos, ser ativo significa ser mais aberto à influência – e a atividade não deve ser, por si só, equiparada com a ação ou com o poder social. Além disso, esse tipo de exaltação da sofisticação das crianças como usuários de mídia pode nos levar a negligenciar o fato de que existem áreas sobre as quais elas precisam saber mais – o que é, inevitavelmente, uma das principais preocupações tanto dos educadores quanto dos regulamentadores de mídia. (Buckingham, 2012, p. 105)

Segundo Christofolletti (2025), vivemos em um mundo saturado pela desinformação. O jornalismo poderia ser um valioso antídoto, contudo, tem sido cada vez mais questionado e rejeitado. A nossa vida cotidiana mostra-se profundamente desequilibrada, dominada por entretenimento e leituras distorcidas por opiniões de procedência e confiabilidade duvidosas. O uso da alfabetização midiática pode contribuir para que seja compreendida a necessidade de ter discernimento crítico sobre a diversidade de conteúdos em tempos tão confusos. Além disso, pode ajudar a entender como funciona a produção das notícias e fatos e ainda ajudar a diminuir a desinformação (Borges; Silva, 2019 apud Christofolletti, 2025, p. 265).

A desinformação ameaça a vida coletiva ao alimentar o negacionismo científico, o ceticismo político e o niilismo existencial. Seus impactos incluem o aumento da desconfiança institucional, a erosão democrática e o enfraquecimento do tecido social. Entre as estratégias de combate, destaca-se a educação midiática. (Christofolletti, 2025, p. 254).

Grizzle et al. (2013) identificam que, para que a alfabetização midiática seja concluída com êxito, é necessário compreender os hábitos de consumo de notícias e entretenimento dos estudantes e suas práticas informacionais. Visualizar esses processos é fundamental, não apenas para entender como eles são impactados pela mídia, mas também para captar os pontos de referência que funcionam como

atalhos para sua atenção. Desse modo, o educador midiático que conhece por onde sua turma se informa e os tipos de conteúdo que compartilha tem mais chances de propor dinâmicas relevantes e eficazes, capazes de gerar maior engajamento em sala de aula.

Essa abordagem reconhece que as crianças não são receptores passivos de conteúdo, mas sujeitos ativos nos processos comunicacionais. O processo educacional, portanto, vai muito além de uma sequência protocolar tradicional. Seu verdadeiro impacto está na transformação educacional. Se, ao final de sua formação, o estudante é capaz de distinguir uma informação confiável de uma fraude, ele está mais preparado para evitar manipulações futuras. Assim, ele avança em sua trajetória como sujeito do conhecimento e agente político de sua própria realidade (Christofoletti, 2025).

No entanto, para desenvolver esse tipo de competência, não depende apenas do ensino técnico sobre como funcionam os meios de comunicação, ou de como se proteger deles. É essencial cultivar o discernimento necessário para navegar num cenário caótico, onde veículos responsáveis, fontes duvidosas e grandes sistemas de desinformação coexistem (Christofoletti, 2025). A educação midiática, dentro desse contexto, não entrega respostas prontas, mas oferece auxílio para que as crianças e jovens entendam e lidem com esse cenário, de acordo com suas motivações e disposições e conforme o espaço histórico-social em que estão inseridos. A mudança efetiva de comportamento diante da informação requer, mais do que o simples conhecimento, também criticidade, autonomia e participação ativa do sujeito. Cabe à educação não apenas transmitir os conteúdos, mas formar cidadãos capazes de compreender e gerenciar suas práticas informacionais com responsabilidade e ética.

Desse modo, o ensino de jornalismo para crianças deve incluir a formação crítica sobre o jornalismo, a desinformação e as plataformas digitais, como elas funcionam e como é possível interagir de forma segura com as informações que consomem e compartilham. Ensinar as crianças a verificar fatos, a identificar fontes confiáveis e a analisar os conteúdos é essencial para auxiliá-las a navegar nesse contexto complexo de múltiplas plataformas, onde nem todos os participantes são iguais, como observa Jenkins (2008).

É preciso também abordar a compreensão de que as notícias não são apenas informações que circulam no meio digital, mas narrativas construídas com

intenções específicas, que podem influenciar opiniões e comportamentos. Confirmar a verdade de uma informação depende da presença ou ação do jornalista, o que faz dele a peça principal. Já decidir o que realmente importa é uma questão subjetiva e de quem edita. Isso porque os filtros para o que é relevante nunca param de mudar; eles variam com o veículo, o leitor e o momento (Reginato, 2018).

Isso é especialmente importante nesse momento histórico, de desinformação, definida como "um complexo de táticas e ações, intencionais e, por vezes, especializadas, com o intuito de manipular pessoas e a opinião pública a fim de conduzir e manter a hegemonia" (Brisola; Anastácio de Paula; Carvalho, 2024, p.05). Ela se espalha rapidamente. Jenkins (2008) sugere ser necessário que as pessoas desenvolvam habilidades críticas e reflexivas, não apenas como consumidores de conteúdo, mas também como produtores conscientes e responsáveis.

Pariser (2012) ainda explica que, dentro desse cenário, também precisamos lidar com os algoritmos de personalização dos conteúdos. Esses são sistemas que coletam e analisam dados do comportamento de cada pessoa individualmente. Somos constantemente moldados através de curtidas, compartilhamentos, acessos e conteúdos de interesse. A partir do perfil criado através da afinidade com os assuntos sugeridos, somos direcionados a consumir cada vez mais materiais com características semelhantes. Quanto mais consumimos o que nos é oferecido, mais o algoritmo entende que aquela é a nossa preferência. O autor explica que, para evitar essa limitação, os algoritmos deveriam usar o critério de "falseabilidade".

[...] Os algoritmos de personalização podem gerar ciclos de identidade nos quais o que o código sabe sobre nós constrói nosso ambiente midiático, e esse ambiente, por sua vez, ajuda a formar as nossas preferências futuras. Esse problema é evitável, mas para isso é preciso criar um algoritmo que priorize a "falseabilidade", isto é, um algoritmo que tente refutar sua própria ideia sobre quem nós somos. (Pariser, 2012, p.106)

O autor ainda chama atenção para o resultado desse tipo de personalização de conteúdo que o algoritmo traz. Com o uso dessa ferramenta, o resultado é a formação de um ambiente informacional único para cada pessoa, no qual recebemos apenas aquilo que os algoritmos acreditam que nos interessa. Esse fenômeno é conhecido como "bolha de filtros" (Pariser, 2012), pois limita nosso

contato com ideias, opiniões e informações diferentes das nossas, influenciando diretamente a forma como percebemos o mundo e interagimos com ele.

Um dos fatos mais preocupantes sobre o consumo desses conteúdos, segundo Pariser (2012), é de que as plataformas digitais estão se tornando, para muitas pessoas, o principal canal de consumo de informações. "36% dos americanos com menos de trinta anos de idade leem suas notícias em redes sociais" (Pariser, 2012). Além disso, várias mídias sociais digitais estão passando a nos oferecer conteúdos jornalísticos a partir dos nossos gostos pessoais.

Durante algum tempo, parecia que a internet iria redemocratizar completamente a sociedade. Blogueiros e os chamados "jornalistas cidadãos" iriam reconstruir os meios de comunicação com as próprias mãos. Os políticos só poderiam concorrer nas eleições se contassem com ampla base de apoio, recebendo pequenas doações de pessoas comuns. Os governos locais se tornariam mais transparentes e teriam de prestar contas aos cidadãos. Contudo, esses tempos de conectividade cívica com os quais eu tanto sonhava ainda não chegaram. A democracia exige que os cidadãos enxerguem as coisas pelo ponto de vista dos outros; em vez disso, estamos cada vez mais fechados em nossas próprias bolhas. A democracia exige que nos baseemos em fatos compartilhados; no entanto, estão nos oferecendo universos distintos e paralelos. (Pariser, 2012, p.8)

Desse modo, Pariser afirma que a bolha dos filtros nos traz novas percepções que precisam ser observadas. A primeira delas é de que estamos sozinhos e isolados dentro da bolha dos filtros. Diferentemente de um canal de TV, onde diversas pessoas assistem ao mesmo conteúdo e compartilham uma base comum de informações, a bolha do digital é individual. Cada pessoa vive dentro da sua própria bolha, recebendo conteúdos diferentes sobre os mesmos assuntos, mesmo que com os mesmos tipos de pesquisa. Isso faz com que tenhamos menos experiências em comum, afastando-nos socialmente uns dos outros. Quando alguém assiste a um canal de notícias com uma posição política clara, entende o tipo de conteúdo que está consumindo e o tipo de contexto onde ele se encontra. Já as plataformas como o Google ou as redes sociais não mostram quais critérios usam para selecionar o que aparece para cada usuário. Elas fazem suposições sobre quem somos e o que queremos ver. O problema é que, como não escolhemos esses filtros, tendemos a acreditar que as informações que recebemos são neutras e verdadeiras. O autor destaca que, dentro da bolha de filtros, torna-se extremamente difícil reconhecer o grau de parcialidade ou manipulação presente nas informações que consumimos.

A cultura da convergência também abre um campo fértil para a produção colaborativa de conteúdo, o que é um ponto fundamental para o ensino de jornalismo (Jenkins, 2008). As plataformas digitais oferecem a possibilidade de um jornalismo colaborativo, onde os participantes podem criar, compartilhar e distribuir informações de forma simultânea. Os sistemas colaborativos presentes nas redes digitais aproximam jornalistas e leitores, estabelecendo uma relação de parceria. Para Träsel (2007), o jornalismo participativo funciona como um complemento ao jornalismo profissional, e não como um substituto. Mesmo quando é totalmente produzido por amadores, esse tipo de prática gera formas de atuação que coexistem com o campo jornalístico: elas não o eliminam, mas podem transformá-lo. Nesse modelo colaborativo, os participantes trabalham coletivamente para construir significados, mobilizando a comunidade com base na cooperação (Belochio, 2010). O conceito de cultura participativa, defendido por Jenkins (2008), pode ser aplicado como uma metodologia pedagógica; o uso de ferramentas digitais, como blogs, mídias sociais e plataformas de vídeo permite que as crianças experimentem, de forma prática, o que significa ser um produtor de mídia em um ambiente digital.

O campo da comunicação passou, nas últimas décadas, por mudanças estruturais que transformaram as formas de produzir, circular e consumir informação. Martha Gabriel (2013) observa que, antes da popularização das redes digitais, vivíamos em um modelo centralizado, em que poucos atores sociais, como emissoras de televisão, jornais e grandes editoras, eram responsáveis por controlar os fluxos da informação. Nesse sentido e contexto histórico, a sociedade recebia as mensagens e havia pouca possibilidade de intervenção.

Com o desenvolvimento das mídias sociais, o cenário se modificou radicalmente. De acordo com Gabriel (2013), vivemos hoje em um modelo distribuído, onde qualquer pessoa pode se tornar emissor e receptor de informação ao mesmo tempo. Isso significa que o poder comunicativo não está mais restrito a grandes grupos comunicacionais, mas se encontra na própria rede, onde todos estão ligados por múltiplos pontos.

Essa reconfiguração das formas de se comunicar tem efeitos diretos na maneira como o conhecimento é construído, afetando também a educação. Antes, a informação seguia uma lógica linear. Atualmente, ela circula de forma não linear, instantânea e hipermidiática (Mielniczuk, 2003). Esse formato cria novas possibilidades criativas, mas também gera desafios: a necessidade de aprender a

selecionar, organizar e filtrar conteúdos em meio ao excesso de informação. Como atenta Gabriel (2013), a abundância informacional não garante qualidade e cabe à educação ajudar os indivíduos a desenvolverem competências críticas diante desse cenário.

Pode-se afirmar que a transformação do ambiente midiático alterou também os processos de aprendizagem. O conhecimento deixou de estar restrito à sala de aula e passou a ser construído em diversos espaços, formais e informais, acrescidos pelas tecnologias digitais atuais. Desse modo, a comunicação deixa de ser apenas um suporte da educação para se tornar parte integrante da própria construção do conhecimento. Como observa Soares (2011), a relação entre comunicação e educação é inevitável, toda a prática comunicativa envolve, de alguma maneira, um caráter educativo. No entanto, o problema está na forma como essa relação se dá.

Durante muito tempo, na escola, predominou um modelo baseado na transmissão de informações, onde o professor, entendido como o possuidor do conhecimento, ocupa o papel central, enquanto os alunos assumem uma postura de receptores das informações. Essa lógica reforça a verticalidade do formato de ensino tradicional entre quem ensina e quem aprende. Soares (2011) argumenta que esse modelo de ensino de caráter unidirecional tende a produzir resultados limitados, pois não favorece a construção coletiva do saber. O autor ressalta que, quando a comunicação ocorre de maneira horizontal e participativa, os processos de aprendizagem ganham em qualidade, pois o estudante deixa de ser apenas receptor e passa a ser sujeito ativo.

Essa discussão se torna ainda mais urgente quando se observa a realidade atual. Gabriel (2013) destaca que há uma grande diferença entre as gerações. Muitos professores foram formados e educados em um contexto no qual as mídias digitais não ocupavam papel central, enquanto os alunos da geração atual já nasceram inseridos na cultura digital. Essa lacuna gera dificuldades de comunicação e torna crescente a necessidade de se repensar a formação docente.

A prática pedagógica precisa se adaptar às novas linguagens, reconhecendo que as crianças e adolescentes aprendem também a partir das suas redes midiáticas. A escola que não dá valor e se integra no ambiente dos alunos corre o risco de se tornar distante da realidade dos mesmos. Como enfatiza Soares (2011), comunicar-se de forma eficaz em ambiente educativo implica construir ecossistemas

comunicativos mais abertos, nos quais diferentes linguagens possam ser integradas.

Para ajudar a compreender os estudos que interligam a comunicação e a educação, a Educomunicação surge justamente como alternativa para superar as limitações das formas tradicionais de ensino. Soares (2011), diz que a educomunicação significa a construção intencional de ecossistemas comunicativos democráticos e criativos dentro dos espaços educativos. Trata-se, portanto, de integrar os processos de comunicação às práticas pedagógicas, rompendo com a lógica da unilateralidade e criando condições para uma aprendizagem dialogada.

Essa perspectiva compreende a comunicação como espaço de interação e não apenas de transmissão. A educomunicação, conforme define Soares (2011), busca possibilitar maior participação dos estudantes, estimulando seu protagonismo e favorecendo o desenvolvimento de competências críticas. Ao tratar das mudanças nas formas de circulação da informação, reforça-se essa necessidade de adaptação da educação. Para Gabriel (2013), a escola que insiste em manter apenas métodos tradicionais de ensino corre o risco de se tornar irrelevante diante de uma geração que já interage cotidianamente com as linguagens digitais e dinâmicas comunicacionais horizontais.

Para compreender a Educomunicação é necessário também observar sua dimensão social e política. Segundo Christiane Pitanga (2023), no cenário latino-americano, essa área vai além do ensino técnico sobre mídias; ela busca promover a autonomia dos indivíduos, desenvolvendo a capacidade de compreender como as mensagens midiáticas são construídas e, principalmente, identificar os interesses e ideologias que existem por trás delas.

A autora destaca que a prática educacional se sustenta em três pilares fundamentais. O primeiro é a dialogicidade, que se refere ao estabelecimento de um diálogo real e horizontal entre quem ensina e quem aprende. O segundo é a criticidade, definida como a habilidade de analisar informações de forma profunda e questionadora. Por fim, há a gestão participativa, que ocorre quando todos os envolvidos em um processo comunicativo participam ativamente de suas decisões e produções, deixando de ser apenas receptores passivos.

Essa estrutura de participação aproxima a Educomunicação do jornalismo cidadão. Para Pitanga (2023), o objetivo central dessa união é assegurar o "direito à palavra". Isso implica que grupos socialmente minoritários, incluindo crianças e

adolescentes, devem ter espaços para expressar suas próprias realidades. Citando Juan Bordenave (1994), a autora reforça que a participação é um direito humano essencial para o desenvolvimento do pensamento reflexivo, que é o hábito de pensar criticamente sobre as próprias ações e sobre o que se consome na sociedade.

Dessa forma, a educomunicação aparece como um caminho para aproximar educação e comunicação, respondendo às exigências de uma sociedade que está sempre conectada. Mais do que inserir tecnologias em sala de aula, ela pressupõe a criação de um ambiente em que diferentes vozes sejam ouvidas e em que os alunos sejam estimulados a pensar criticamente sobre as mensagens midiáticas que os cercam, ensinando a filtrar também o que é consumido no ciberespaço.

Ao pensar na aplicação prática da educomunicação, é necessário considerar as características específicas do público infantil. Crianças em idade escolar inicial aprendem melhor por meio de recursos lúdicos, visuais e interativos. Nesse sentido, Gabriel (2013) destaca que narrativas audiovisuais, jogos digitais e conteúdos interativos têm maior potencial de engajamento, pois dialogam com os formatos de aprendizagem que já estão presentes em seu cotidiano.

Uma das ferramentas mais eficazes nesse processo é apresentar conceitos por meio de histórias. Essa técnica facilita a compreensão e estimula a imaginação. Para as crianças, personagens e narrativas criam vínculos afetivos que tornam a aprendizagem mais significativa. Gabriel (2013) lembra que, na era digital, o conhecimento circula de maneira transmídia, isto é, por meio de diferentes linguagens e plataformas que se complementam. Ao explorar vídeos, animações e recursos interativos, o professor cria melhores oportunidades de aprendizagem.

Soares (2011), portanto, reforça que a criação de ecossistemas comunicativos que geram engajamento exige abertura para diversas formas de linguagens. Isso significa que a escola não deve se limitar ao texto ou à exposição oral, mas também deve integrar múltiplos recursos, como imagem, som, vídeo e práticas colaborativas. Isso não significa que as formas de aprendizagem tradicionais precisarão ser extintas, e sim que elas podem ser complementadas com outros recursos, mais atrativos e atuais. A utilização de ferramentas como animações, podcasts e produções audiovisuais infantis, quando inseridas em um contexto dialógico, contribuem para que a criança se torne não apenas

consumidora, mas também produtora de informação, gerando mais engajamento e interesse pelos aprendizados.

Assim, o uso de linguagens midiáticas se justifica não apenas por atrair a atenção das crianças, mas por possibilitar a construção ativa do conhecimento. Ao manipular essas ferramentas, os estudantes desenvolvem senso crítico e aprendem a compreender como as mensagens são construídas, fortalecendo sua capacidade de análise diante das mídias.

Este Trabalho de Conclusão de Curso propõe a criação de uma série de dois vídeos educativos para circulação em canal do YouTube, voltados para crianças do primeiro ano do ensino fundamental, com o objetivo de introduzir conceitos básicos de jornalismo. A escolha desse formato se fundamenta nas discussões de Gabriel (2013) e Soares (2011), que apontam a centralidade das mídias digitais na sociedade contemporânea e a necessidade de criar ecossistemas comunicativos democráticos e criativos desde cedo.

Cada episódio tem duração em torno de três minutos, respeitando a capacidade de atenção do público infantil. A mediação foi feita por personagens crianças, em formato de desenho animado, o que cria identificação, pois o público infantil tende a se espelhar em figuras da mesma idade. Os conteúdos abordados incluem noções como a diferença entre fato e opinião, a importância da checagem de informações e a identificação de fake news. Esses conceitos serão trabalhados de maneira lúdica, em linguagem acessível, com o apoio de narrativas visuais e recursos de animação.

Essa proposta dialoga diretamente com Soares (2011), ao buscar criar um ambiente comunicativo que favoreça a participação e o protagonismo infantil, e com Gabriel (2013), ao reconhecer a necessidade de adaptar a educação às novas formas de circulação da informação. Ao integrar comunicação e educação, o projeto pretende contribuir para a formação de crianças mais críticas e conscientes sobre os conceitos do jornalismo, capazes de compreender o papel da profissão na sociedade e de se posicionar diante dos desafios da era digital.

3. PROCEDIMENTOS TECNO-METODOLÓGICOS

Este tópico dedica-se a apresentar, de forma detalhada, os procedimentos Tecno-metodológicos utilizados para a orientar o desenvolvimento deste projeto experimental. Com o intuito de garantir mais clareza, foi utilizada a divisão por tópicos, separados pelas três etapas, baseadas na cronologia da produção. A primeira delas é a pré-produção, através da qual ocorreu o planejamento e foram definidos os objetivos. Foram selecionados os referenciais teóricos, estabelecidos os recursos necessários e delineado o desenho geral do projeto. Em seguida, deu-se início à fase de produção, caracterizada pela execução das atividades previstas na primeira fase. Nesse processo, aconteceu a materialização das estratégias criadas, o desenvolvimento e a coleta dos dados. Por fim, a etapa de pós-produção foi marcada pela finalização e análise dos resultados gerados através do trabalho. Busca-se, a partir disso, oferecer uma visão detalhada e ampla sobre a construção e composição da investigação, permitindo compreender de todos os âmbitos como o trabalho foi realizado.

3.1 Pré Produção:

Esta pesquisa caracteriza-se como um projeto experimental, que consiste em identificar um tema de pesquisa, escolher as variáveis que possam exercer influência sobre ele, estabelecer os métodos de controle e definir como serão observados os efeitos que essas variáveis provocam no objeto estudado (Gil, 2002). O projeto experimental tem como objetivo compreender o jornalismo e sua essência, bem como a desinformação se manifesta no ambiente digital e de que forma pode ser explicada de maneira acessível para crianças do ensino fundamental. Para que seja considerado um experimento, torna-se necessário selecionar sujeitos (Gil, 2002), nesse caso, a série de dois vídeos será voltada para crianças do 1º ano do ensino fundamental, com linguagem acessível, personagens e exemplos cotidianos; buscando sempre trazer o lúdico para criar identificação. O objetivo desse produto é contribuir para a formação crítica e midiática das crianças, facilitando a compreensão de conceitos complexos, como fake news, manipulação de informações, o papel do jornalista dentro da sociedade e valores de notícias, de forma lúdica e educativa.

Para que esta investigação fosse desenvolvida com êxito, tornou-se necessária a pesquisa bibliográfica e documental, utilizando livros, artigos científicos, relatórios e estudos de organizações especializadas na temática da desinformação, da comunicação e da literacia midiática. Os estudos bibliográficos iniciaram no dia 19 de maio de 2025.

Na presente pesquisa, foi utilizada a técnica de entrevista semiestruturada como um instrumento de coleta de dados. Conforme destaca Gil (2008), a entrevista é uma técnica eficaz para investigar o comportamento e a subjetividade humana, possibilitando a compreensão do que as pessoas fazem, como fazem, por que fazem e o que sentem em determinadas situações. A escolha pela entrevista semiestruturada se justifica pela flexibilidade que esse formato oferece, permitindo, ao mesmo tempo, uma estrutura básica de perguntas e a abertura para aprofundar temas que surgirem durante a conversa.

A entrevista foi realizada com a professora Thais Furtado⁴, que atua na área de Comunicação e Educação na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, cuja experiência contribuiu para a análise crítica e formação do objeto de estudo, possibilitando identificar diferentes percepções relacionadas a essas duas áreas. Dessa forma, a técnica adotada proporciona um entendimento mais profundo e qualitativo do estudo. O contato inicial com a entrevistada ocorreu em 03 de novembro, por meio de mensagem de e-mail e as respostas completas foram recebidas no dia 24 de novembro, através do corpo do email. A opção pelo formato online proporcionou que a pesquisadora tivesse maior liberdade para desenvolver respostas detalhadas.

A conversa foi estruturada em torno de dez questões diretamente ligadas aos objetivos gerais e específicos deste Trabalho de Conclusão de Curso, principalmente sobre conceitos jornalísticos para crianças. As respostas da professora contribuíram para reforçar a relevância do projeto e ofereceram embasamentos teóricos para sua construção. Nos próximos parágrafos, serão descritos os achados da entrevista.

⁴ Doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e estudiosa do jornalismo infanto-juvenil. É Professora Permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM/UFRGS) e Professora Adjunta do Departamento de Comunicação/Jornalismo (DECOM) da UFRGS. Líder do Núcleo de Pesquisa em Jornalismo (NupeJor), é cofundadora da Rede de Pesquisa em Comunicação, Infâncias e Adolescências (RECRIA) e diretora do COLO - Coletivo de Jornalismo Infanto-juvenil.

Segundo Furtado, o jornalismo brasileiro exclui sistematicamente as crianças. Essa exclusão, afirma a pesquisadora, caracteriza um fenômeno que ela denomina de “jornalismo infantofóbico”, marcado pela negação das crianças como sujeitos de direito e como fontes legítimas. Na ausência dessa representação, elas buscam suas próprias formas de expressão, especialmente nas redes sociais, criando espaços de representação. Essa reflexão trazida pela profissional dialoga com os propósitos desta pesquisa, que busca justamente criar um produto jornalístico que inclui e dialoga com crianças, reconhecendo-as como sujeitos competentes.

A pesquisadora ainda ressalta que a escola é o principal espaço de socialização e, portanto, como importância crucial para a formação de senso crítico na mídia. Thais Furtado ressalta que muitas crianças passam mais tempo na escola e nas mídias do que com seus cuidadores e que esse cenário torna urgente o debate sobre conteúdos consumidos no ambiente digital. Ela reconhece que a decisão da retirada dos celulares das escolas foi um primeiro passo nesse processo, mas reforça que é preciso avançar para métodos efetivos de diálogo e análise crítica.

Furtado também ressalta a importância e o papel do jornalista no cenário da educação. Ela argumenta que o caminho essencial é abandonar posturas infantofóbicas e considerar de fato o interesse das crianças. Ela destaca a importância de produtos jornalísticos infantis como o "Jornal Joca", a "Qualé" e iniciativas onde a comunicação é adaptada a esse público, sem simplificá-lo ou subestimá-lo. Em suas palavras, este projeto experimental desenvolvido neste TCC “aponta para um excelente caminho de aproximação”.

A partir da ideia de que a criança tem total habilidade de senso crítico e de que, nas palavras da professora, existe uma proliferação de conteúdos digitais dos mais diferentes tipos e origens, sendo fundamental que se trabalhe com crianças e adolescentes a identificação dos conteúdos falsos, a fase da pré-produção do projeto buscou estabelecer alguns objetivos. São eles: delimitar o público-alvo, desenvolver os personagens e estruturar os roteiros a partir dos princípios da linguagem acessível, do lúdico e da educação midiática; ideias essas também mencionadas pela professora Thais Furtado.

A escolha da animação como ferramenta pedagógica justifica-se pelo seu potencial de engajamento e pela capacidade de facilitar a compreensão das crianças a esses tipos de conteúdos (Gabriel, 2013). O processo de criação do

material envolveu roteirização, escrita dos episódios, desenvolvimento dos personagens e edição audiovisual, considerando princípios da educomunicação (Soares, 2011), que valorizam a participação ativa, a expressão criativa e o diálogo entre educação e comunicação.

Inicialmente, definiu-se que o público-alvo seriam crianças em idade escolar, em razão da relevância de introduzir conceitos de jornalismo, verificação de fatos e pensamento crítico ainda nas primeiras etapas da formação educacional. Essa escolha se relaciona diretamente com as teorias de literacia midiática que defendem ensinar essas habilidades desde cedo, para que as crianças se tornem mais autônomas e saibam lidar melhor com a desinformação presente nos ambientes digitais (Carvalho Júnior; Carvalho; Sousa, 2024). Nesse contexto, tornou-se necessário compreender também como a Inteligência Artificial pode atuar como uma aliada nos processos de criação, especialmente quando falamos de produções audiovisuais voltadas ao público infantil.

Para isso, o uso da IA exigiu a compreensão de um elemento fundamental: a engenharia de *prompts* (*prompt engineering*). De acordo com Lee Boonstra (2024), elaborar prompts eficazes significa construir instruções claras, contextualizadas e detalhadas para orientar modelos de IA a produzir resultados adequados à intenção do usuário. Como os modelos generativos respondem diretamente à forma como são instruídos, foi preciso formular comandos que especificassem estilo, formato, expressões faciais e características narrativas dos personagens. A engenharia de *prompts* permite maior precisão na criação, pois transforma instruções vagas em diretrizes objetivas, garantindo que a IA produza respostas mais coerentes, úteis e alinhadas aos objetivos.

Dessa forma, alguns métodos específicos de engenharia de prompts tiveram papel central no processo de criação. Um deles é o *role prompting*, que consiste em instruir a IA a assumir um papel específico durante a geração do conteúdo. Ou seja, o sistema é orientado a “agir como” um artista, roteirista, designer, animador ou qualquer outra função necessária à etapa de produção. De acordo com Boonstra (2024), essa técnica ajuda a IA a adotar um estilo, um repertório e um modo de raciocínio mais próximos daqueles usados por profissionais humanos daquela área, resultando em respostas mais direcionadas e criativas.

Outro método relevante foi o *few-shot prompting*, no qual fornece-se alguns exemplos antes de pedir que a IA gere um novo resultado. Esses exemplos

funcionam como modelos, permitindo que o sistema compreenda o padrão, o estilo ou a estrutura esperada; seja na escrita de um roteiro, na descrição de um personagem ou na criação de um cenário visual. Como observa o autor, quando a IA recebe exemplos concretos, ela tende a produzir resultados mais consistentes e alinhados ao objetivo do projeto (Boonstra, 2024).

Essas duas técnicas ajudaram a orientar cada ferramenta de Inteligência Artificial utilizada na produção, garantindo que as respostas fossem coerentes com o estilo visual e pedagógico da animação, assegurando que cada etapa da criação dos personagens mantivesse unidade e clareza conceitual.

Após a definição temática e pedagógica, foi iniciado o processo de criação dos personagens. Para isso, utilizou-se a Inteligência Artificial ChatGPT como ferramenta de criação visual. A inteligência artificial auxiliou na construção de descrições detalhadas dos personagens, posteriormente utilizadas para a geração dos vídeos e frames iniciais. A criação dos personagens foi realizada por meio das ferramentas de geração de imagens por IA, bem como: ChatGPT⁵ para transformá-los em animação estilo Cartoon Pixar, o software Flow/Veo3⁶ para a animação dos vídeos e criação de cenários, Google Studio Ia⁷ para criação das vozes e por fim, CapCut⁸ Pro para a unificação dos frames. Esses softwares de Inteligência Artificial permitiram a elaboração dos dois vídeos, da Lia e do Theo (personagens principais da série), bem como de personagens secundários.

A estética escolhida foi a de cartoon, no estilo Pixar, definida pela sua familiaridade com a realidade das crianças e apelo para o público infantil, além de criar um elo lúdico com a proposta educativa. Após diversos ajustes e o envio de comandos (*prompts*⁹), foram obtidas imagens com características consistentes e visualmente adequadas e de acordo com a série de vídeos.

Ainda na fase de pré-produção, foram desenvolvidos os roteiros de ambos os episódios. Todo o conteúdo textual foi elaborado manualmente, levando em consideração o repertório comunicacional das crianças e a necessidade de traduzir conceitos complexos de maneira acessível, sem perder o fator informativo. Os roteiros abordaram temas fundamentais para a educação midiática. A partir disso, o

⁵ Disponível em: <https://chatgpt.com/>. Acesso em: 18 nov. de 2025.

⁶ Disponível em: <https://labs.google/flow/about>. Acesso em: 18 de nov. de 2025.

⁷ Disponível em: <https://aistudio.google.com/generate-speech>. Acesso em: 19 nov. de 2025.

⁸ Disponível em: <https://www.capcut.com/pt-br/>. Acesso em: 19 nov. de 2025.

⁹ Comandos disponíveis no Apêndice B.

primeiro vídeo teve o seu tema definido como o combate à desinformação e a importância da checagem de fatos. O objetivo foi alertar sobre os perigos de acreditar em tudo que circula na internet e pela intenção de valorizar o papel do jornalista como um "detetive da verdade". A escolha do tema se deu pela necessidade de introduzir a literacia midiática ao público infantil. O roteiro foi finalizado conforme mostra o quadro a seguir:

ÁUDIO	IMAGENS E ANIMAÇÕES
<p><i>Narração animada apresentando os personagens, com música alegre de fundo:</i></p> <p>"Lia e Theo adoram aprender e descobrir o mundo!"</p> <p>"Eles são daqueles amigos curiosos, que vivem fazendo perguntas e procurando respostas."</p> <p>"Mas hoje, algo de diferente aconteceu na escola, ela tinha visto algo na internet que deixou todo mundo de boca aberta"</p> <p>"E é aí que a nossa aventura começa! Porque, quando surge uma notícia estranha, é hora de investigar!"</p>	<p>Os personagens estão brincando na areia, na pracinha.</p> <p>Entra a vinheta de abertura do episódio Os dois personagens aparecem correndo em direção à escola.</p> <p>Take da escola vista de cima.</p> <p>O sinal da escola toca e os colegas saem correndo para a sala de aula.</p>
<p>Lia: "Olha só, gente! A internet disse que amanhã vai cair chocolate do céu! Olha que demais!"</p> <p>"Vou precisar de guarda-chuva..."</p>	<p>Lia aparece com o celular na mão, mostrando a notícia para os colegas.</p> <p>Animação com imaginação dela:</p>

<p>Colega reage: “Uau! isso vai ser incrível!”</p>	<p>chocolate caindo do céu, dentro da sala de aula.</p> <p>Sai do pensamento da Lia, volta à vida real. Colegas da Lia, sentados nas classes, fazem cara de espanto, um deles responde animado.</p>
<p>Théo intervém: “Lia, espera aí... Nem tudo que aparece na internet é verdade! Você pesquisou para ver se essa notícia não é falsa?”</p> <p>Lia: “Como assim? Estava escrito! Tinha até uma foto!”</p>	<p>Os dois personagens dentro da sala de aula discutindo sobre o tema. Lia retorna a realidade</p>
<p>Theo: “Mas isso pode ser uma <i>fake news</i>!”</p> <p>“<i>Fake news</i> é uma notícia falsa. Alguém inventa uma história e espalha como se fosse verdade. Às vezes fazem montagem, mudam fotos, ou inventam para assustar ou enganar as pessoas.”</p>	<p>Theo aparece sozinho em um lugar com fundo de sala de aula. Explicação visual sobre Fake News (desenhos, palavras aparecendo).</p> <p>Theo explica o assunto e acima de sua cabeça aparecem dois balões de pensamento: um com jornal e outro com uma lupa.</p>
<p>Lia: “Então... isso pode até deixar alguém triste, achando que era verdade?”</p> <p>Theo: “Isso mesmo, mas existem</p>	<p>Lia aparece em um frame sozinha, fazendo o questionamento, ao fundo está a sala de aula, ao redor da sua cabeça aparecem pontos de interrogação.</p> <p>Menino sozinho na sala de aula,</p>

<p>algumas formas de sabermos se uma notícia é verdadeira.”</p> <p>"A gente pode fazer algumas coisas bem simples: olhar se outros sites conhecidos também falaram da mesma coisa,</p> <p>ver a data pra ter certeza de que não é notícia velha e</p> <p>conferir se o endereço do site é o certo, porque existem sites falsos que imitam os de verdade."</p>	<p>segurando o celular e explicando voltado para câmera.</p> <p>Animação que aparece um computador estilo cartoon pesquisando na web.</p> <p>Os dois personagens discutindo e olhando para um calendário</p> <p>Tela de computador conferindo um endereço de site, página não encontrada ao fim.</p>
<p>Theo: “E é por isso que precisamos checar antes de acreditar.”</p> <p>Lia: “Agora eu entendi!”</p> <p>Theo: “A minha mãe é jornalista e ela sempre diz que o jornalista é como um detetive da verdade!”</p> <p>“Ele pesquisa, pergunta, confirma com pessoas confiáveis e só publica quando tem certeza! Por isso, a gente pode confiar no trabalho deles! Eles sempre tentam contar o que realmente aconteceu. Eles estudam muito,</p>	<p>Os dois personagens aparecem dentro da sala de aula novamente, agora Lia está sentada ouvindo a explicação do colega que está de pé.</p> <p>Vários takes: Jornalista mexendo no computador, frame do celular aparecendo, entrevistando alguém.</p>

<p>seguem regras para serem justos e sinceros e fazem tudo com responsabilidade.”</p> <p>Lia: “Tipo... super-herói da informação?”</p> <p>Theo: “Isso aí! O super-herói contra as fake news!”</p>	<p>Lia aparece sozinha na sala de aula, segurando um celular, ao seu lado (enquanto ela questiona) aparece um balão de pensamento: super heroína jornalista segurando um papel e uma caneta - mesma personagem que aparece como jornalista anteriormente.</p> <p>Super heroína jornalista combatendo as fake news usando seus materiais.</p>
<p>Lia: “Então antes de acreditar que vai chover chocolate a gente precisa descobrir se é verdade!”</p> <p>Theo: “Para não cair em fake news... sempre investigue!”</p>	<p>Os personagens estão sentados em um banco mexendo no celular e dando risada. A câmera se afasta e mostra a escola coberta de chocolate.</p>
<p>Narrador: “E lembre-se: o jornalismo ajuda a proteger a verdade.”</p> <p>“Nosso episódio acabou, mas a curiosidade continua! Até a próxima investigação!”</p>	<p>A escola vai ficando limpa</p> <p>As crianças voltam a brincar na areia, na pracinha e dão tchau para a câmera. A vinheta de encerramento aparece.</p>

Como visto, a intenção do vídeo foi ensinar de forma lúdica que nem toda informação é verdadeira e apresentar métodos práticos de verificação. A Figura 1 a seguir mostra *print screen* do momento em que o personagem Theo e Lia interagem sobre a necessidade de investigar dados duvidosos, explicando que é preciso

verificar se outros sites noticiaram o fato, conferir a data da publicação e checar a confiabilidade do endereço eletrônico antes de acreditar na notícia.

Figura 1 - Print screen do primeiro vídeo.



Fonte: elaborada pela autora (2025).

O texto foi pensado de modo que dialogasse com o cotidiano infantil, fazendo uso de exemplos, narração contextual e construção pedagógica. A presença de um narrador no início e no fechamento dos vídeos também foi planejada, para dar clareza e reforçar os pontos-chave da aprendizagem dentro dos episódios.

O tema do segundo vídeo é explicar o processo de apuração jornalística, usando a metáfora do "quebra-cabeça" para ilustrar como uma notícia é construída a partir de fatos verificados, e não de suposições, como os "monstros no escorregador" trazidos no vídeo. A ideia foi dar continuidade à história, criando expectativa do primeiro para o segundo vídeo, principalmente através do fechamento, que convida o público a esperarem novas investigações dos detetives da verdade. O próximo quadro mostra o roteiro do segundo vídeo:

ÁUDIO	IMAGENS E ANIMAÇÕES
<p>Narração com apresentação dos personagens: Narrador: "Na escola da Lia e do Theo,</p>	<p>Passarinhos pousando na árvore, ao</p>

<p>todo dia tem uma descoberta nova. E hoje, aconteceu algo na pracinha que deixou todos curiosos. E você já sabe, quando algo acontece e a curiosidade aparece, é hora de investigar!"</p>	<p>fundo a pracinha. Corta para o take onde a escola aparece sendo vista de cima e a câmera vai dando zoom até chegar na pracinha, vinheta de abertura entra. Os brinquedos aparecem com uma faixa vermelha, indicando que estão interditados para o uso.</p>
<p>Lia: Theo... olha! A pracinha tá fechada!</p> <p>Theo: Como assim? Estava aberta ontem!</p> <p>Lia: Por que será? Acho que tem um monstro morando dentro do escorregador! Vamos espalhar a notícia para os nossos colegas!</p>	<p>Lia aponta para a pracinha e indica que está fechada.</p> <p>Theo aparece na cena e faz o questionamento.</p> <p>Take de monstros escorregando no escorregador.</p>
<p>Theo: "Antes de espalhar para todo mundo precisamos entender que, para fazer e espalhar uma notícia, precisa de muita pesquisa. Nada de adivinhar! Imagina que fazer uma notícia é como montar um quebra-cabeça"</p> <p>"Tudo começa com um fato, alguma coisa que aconteceu e deixou as pessoas curiosas.</p> <p>Depois, você conversa com pessoas que sabem do assunto, faz perguntas e presta muita atenção; a gente só conta algo quando tem certeza.</p>	<p>Câmara volta à realidade e vai dando zoom no rosto e na explicação do Theo.</p> <p>Quebra-cabeça se juntando e formando a palavra "fato".</p> <p>Os dois personagens aparecem em um escritório entrevistando e questionando um adulto.</p>

<p>Depois de coletar todas as informações, você conta o que aconteceu, onde aconteceu, quando aconteceu, quem estava lá e por quê.</p> <p>Isso deixa a notícia bem explicada. Minha mãe é jornalista e...</p> <p>...ela sempre diz que só assim a gente pode levar a notícia pra frente, do jeito certo."</p>	<p>Jornal aparecendo os termos: "o que aconteceu", "onde aconteceu", "quando aconteceu", " quem estava lá" e "por que".</p> <p>Computador estilo cartoon pixar mostrando uma reportagem de TV.</p> <p>Cena retorna a pracinha, onde as crianças estão conversando.</p>
<p>Lia: "Ahhh... entendi!"</p> <p>Theo: "A gente investiga!"</p> <p>Lia: "Então, se a gente pesquisar direitinho, pode descobrir o motivo da pracinha estar fechada!"</p> <p>Theo: "Exatamente, vamos falar com quem entende!"</p> <p>Lia "A Diretora Maria, é claro!"</p>	<p>Personagens estão no mesmo cenário e discutem a ideia.</p> <p>Crianças saem correndo em direção a escola e entram pela porta.</p>
<p>Lia: "Diretora, estamos investigando por que a pracinha está fechada para poder contar essa notícia aos colegas. Pode nos explicar o motivo?"</p> <p>Diretora: "Crianças, um dos brinquedos quebrou e está sendo consertado.</p>	<p>Lia e Theo aparecem no escritório da diretora, eles a questionam sobre a decisão.</p> <p>Câmera vai dando zoom no rosto da diretora.</p>

<p>Fechamos a área para garantir a segurança de todos.”</p> <p>Lia: “Ufa! Então foi só manutenção, nada de monstros na pracinha...!”</p> <p>Diretora: “Isso mesmo, nada de monstros na pracinha! Logo, logo, estará tudo novinho para vocês brincarem.”</p> <p>Theo: Obrigado, diretora! Isso já é uma ótima informação para uma notícia.</p> <p>Lia: Verdadeira e explicadinha!</p> <p>Diretora: Continuem sempre assim: curiosos e responsáveis com o que descobrem.</p>	<p>Take retorna aos três personagens juntos. Som de confusão ao fundo.</p> <p>Zoom no rosto da diretora.</p> <p>Os três personagens aparecendo juntos.</p>
<p>Theo: E agora já sabemos: a notícia começa com uma dúvida, mas só vira notícia de verdade depois de pesquisar e confirmar tudo!</p> <p>Lia: Theo, investigar é muito divertido!</p>	<p>Personagens aparecem na cena, com a pracinha atrás, com a faixa de interditada.</p> <p>Personagens se despedem olhando para a câmera e acenando.</p>
<p>Narrador: Assim termina mais uma aventura de Lia e Theo. Hoje eles aprenderam que jornalistas e repórteres têm uma grande missão: buscar a verdade, pesquisar muito e contar histórias que todo mundo possa confiar.</p>	<p>Personagens vão saindo de cena deixando a pracinha interditada a vista. Vinheta de encerramento entra.</p>

Porque o valor de uma notícia está em ser confiável e verdadeira. Até a próxima aventura!	Lia e Theo aparecem dentro da sala de aula conversando e escrevendo uma notícia.
---	--

Desta vez, a abordagem principal foi a estrutura da notícia e a importância da investigação antes da divulgação de um fato. A intenção é estimular o entendimento das crianças sobre como se constrói uma notícia de verdade, explicando que ela nasce de uma dúvida, curiosidade ou fato, mas exige pesquisa, entrevistas com fontes confiáveis e verificação dos acontecimentos para não ser apenas um boato ou uma invenção. A Figura 2 a seguir mostra um *print screen* do trecho em que o personagem Theo utiliza a metáfora de um quebra-cabeça, onde explica que "fazer uma notícia é como montar um quebra-cabeça", reunindo informações sobre "o quê, onde, quando, quem e por que" antes de espalhar a informação. Os dois personagens aparecem investigando.

Figura 2 – Print screen do segundo vídeo.



Fonte: elaborada pela autora (2025).

Com a definição dos roteiros e a elaboração visual dos personagens e cenários, concluiu-se a fase de pré-produção. O planejamento das narrativas e a seleção prévia das ferramentas de Inteligência Artificial, foram fundamentais para assegurar que o material educativo atendesse aos objetivos de literacia midiática

estabelecidos anteriormente. Com essa estrutura consolidada, o projeto avançou para a etapa de materialização do e animação dos vídeos, apresentada a seguir.

3.2 Produção:

A etapa de produção envolveu a geração das cenas, dos cenários, das animações e das vozes que compõem os episódios. O processo iniciou com a importação das imagens dos personagens para o aplicativo Flow/Veo3, uma ferramenta de criação de vídeos por inteligência artificial gratuita. A partir de prompts detalhados, foi feita a orientação do software para a criação de vídeos coerentes com a narrativa definida anteriormente no roteiro.

Durante essa etapa, houve um período inicial de experimentação e erros, principalmente no que diz respeito à consistência visual. A IA frequentemente gerava imagens erradas, com distorções, alterações na estética ou proporções irregulares. Com a repetição e o refinamento dos comandos, foi possível compreender como estabilizar o modelo, diminuindo inconsistências e permitindo a criação de cenários compatíveis com a estética cartoon pixar. Porém, mesmo tendo compreendido o funcionamento dos softwares, a inteligência artificial ainda apresentou falhas em alguns aspectos. Um exemplo ocorreu no segundo episódio: na faixa que indicava que a pracinha estava fechada. Solicitou-se diversas vezes que a IA não incluísse nenhuma palavra escrita na faixa, pois ela insistia em gerar textos em inglês, porém, mesmo com ajustes nos prompts, o sistema não atendeu completamente ao comando.

A produção exigiu também ajustes relacionados à continuidade visual das cenas. Como o aplicativo apenas permite gerar vídeos de até 8 segundos, foi necessário produzir inúmeras pequenas sequências que, posteriormente, foram unificadas na edição final, através do software de edição CapCut. Cada trecho precisava seguir visualmente o anterior para evitar rupturas e lacunas perceptíveis. Para isso, utilizou-se a técnica de captura do último frame da cena anterior, fornecendo-as ao aplicativo como referência para que houvesse a continuidade da história. Ainda assim, ocorreram variações de iluminação e saturação, exigindo alguns ajustes.

Após as etapas de produção das imagens, foi necessário criar e definir as vozes. Foi utilizado o Google Studio IA para sintetizar a fala dos personagens,

inserindo manualmente cada trecho das falas construídas na etapa do roteiro. Por meio de instruções específicas, buscou-se gerar vozes com estilo infantil, alegre e condizente com a personalidade de cada personagem: Lia, Theo, o narrador e a diretora da escola. Esta etapa também exigiu esforços para a padronização, já que o software, em algumas versões, alterava o tom ou estilo da voz gerada, demandando a reconstrução de certos trechos.

Por fim, criou-se o perfil intitulado “Theo e Lia: os detetives da verdade!”, onde os vídeos estão disponíveis. Este perfil do YouTube¹⁰ tem como foco os públicos infantis, mas, principalmente, servir como instrumento pedagógico, promovendo a literacia midiática ao ensinar, de forma lúdica, a importância de verificar a veracidade das informações, combater a desinformação (*fake news*) e compreender o papel do jornalismo na apuração dos fatos.

3.3 Pós Produção:

Com os vídeos e áudios finalizados, iniciou-se a etapa de pós-produção, construída no software CapCut Pro, único recurso pago utilizado no projeto (R\$39,90). Nesta fase, foi realizada a montagem dos episódios, a sincronização das vozes, o ajuste da iluminação, a inserção de transições e a correção das inconsistências visuais resultantes das limitações do aplicativo de geração de cenas e imagens.

O CapCut Pro permitiu aplicar transições suaves entre cenas, ajustar a fluidez e refinar os movimentos de vídeo, garantindo maior coesão visual. Utilizou-se também o recurso de aprimoramento das vozes, incluindo o efeito de “voz adolescente”, que ajudou a ajustar o timbre infantil desejado para os personagens principais, Lia e Theo. A vinheta de abertura e encerramento da série foi desenvolvida no aplicativo Canva, onde se criou uma identidade visual simples e condizente com a proposta dos vídeos, feita manualmente. Após a criação inicial, solicitou-se ao Google Gemini um ajuste e refinamento da imagem, que, posteriormente, tornou-se uma vinheta, animada através do CapCut, por meio de efeitos de transição.

¹⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/@THEOELIAOSDETETIVESDAVERADADE>

Toda a renderização dos vídeos, montagem e edição final foram realizadas em computador, devido à demanda que as ferramentas de edição e animação exigiram. As etapas de pré-produção, produção e pós-produção iniciaram no dia 14 de novembro de 2025, com a criação do roteiro, e, posteriormente, com a criação dos vídeos. O projeto foi concluído no dia 23 de novembro de 2025, com os ajustes finais e orientações da professora Vivian Belochio.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS:

Conclui-se, a partir das pesquisas realizadas neste projeto, que a literacia midiática, quando incorporada a experiências educativas criativas, pode contribuir significativamente para a formação de leitores e produtores conscientes, fortalecendo a capacidade crítica desde a infância e colaborando para que se crie um ecossistema mais responsável e saudável.

O objetivo deste trabalho foi desenvolver um produto audiovisual de literacia midiática, com o auxílio de IA, sobre o jornalismo e a desinformação, para crianças do 1º ano do ensino fundamental. Para tornar isso possível, foi necessário, inicialmente, refletir sobre o papel da literacia midiática no enfrentamento da desinformação, levando em consideração o contexto da infância, considerando sempre os desafios enfrentados a partir da convergência midiática e pelas transformações que o jornalismo vem sofrendo ao passar dos anos.

A partir da revisão teórica, estudo bibliográfico, entrevista semiestruturada e da elaboração do produto experimental, compreendeu-se quais estratégias de educação midiática podem contribuir para formar leitores e produtores mais críticos, atentos aos processos de circulação da informação.

A discussão apresentada ao longo do estudo permitiu observar que o ambiente midiático atual, marcado pela propagabilidade, pela plataformização e pela sobrecarga informacional, exige habilidades e estratégias cada vez mais complexas para identificar os conteúdos confiáveis. Nesse cenário atual, a literacia midiática, conforme apontam autores como Livingstone, Jenkins e Buckingham, se torna indispensável para que as crianças desenvolvam habilidades de análise, interpretação e participação crítica nos espaços digitais. O estudo revela que, ao aproximar conceitos de credibilidade, checagem e produção jornalística do cotidiano infantil, é possível incentivar uma postura mais crítica diante das informações que circulam online.

O produto experimental criado, composto por dois episódios voltados ao público infantil, demonstra um diálogo com essas questões de forma lúdica, com linguagem acessível e alinhada às ideias propostas pela educação midiática. A construção das histórias, gerada a partir de conceitos do referencial teórico, buscou oferecer às crianças situações que estimulam dúvidas, curiosidade, investigação e reflexão sobre como a informação é produzida e por que certos conteúdos podem

ser enganosos, principalmente alertando em como identificá los e o papel que o jornalista atua nesse meio.

Entretanto, entende-se que o trabalho apresenta certas limitações. O recorte da pesquisa e o tempo disponível para desenvolvimento impediram análises mais aprofundadas sobre aplicação e impacto desse produto no público-alvo. Além disso, a utilização de ferramentas de IA no processo criativo evidenciou algumas lacunas desses softwares, principalmente na criação dos elementos visuais desejados.

Ainda assim, os resultados obtidos a partir da criação desse produto indicam caminhos para iniciativas que queiram integrar educação midiática ao universo infantil. Pesquisas futuras podem ampliar o estudo, testando o produto em sala de aula, analisar como as crianças respondem às narrativas, adaptar o material para outras faixas etárias ou explorar novas linguagens e formatos.

REFERÊNCIAS:

BELLINI, Boris; SANTOS, Marli dos. **Um panorama da credibilidade jornalística a partir do avanço da desinformação e das fake news**. Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2022. Disponível em:

<https://static.casperlibero.edu.br/uploads/2022/07/Um-panorama-da-credibilidade-jornali%CC%81stica-a-partir-do-avanc%CC%A7o-da-desinformac%CC%A7a%CC%83o-e-das-fake-news.pdf>. Acesso em: 23 mai. de 2025.

BELOCHIO, Vivian de Carvalho. **O movimento Pro-Am e a prática da colaboração nos meios informativos: especificidades do jornalismo colaborativo em redes digitais**. *Verso e Reverso*, São Leopoldo, v. 24, n. 57, p. 137–144, 2010. BRASIL. **Ministério da Educação. Base Nacional Comum Curricular**. Brasília, 2018. Disponível em: <http://basenacionalcomum.mec.gov.br/>. Acesso em: 25 nov. de 2025.

BOONSTRA, Lee. **Prompt Engineering**. Whitepaper, Setembro 2024. Disponível em: https://www.gptaiflow.com/assets/files/2025-01-18-pdf-1-TechAI-Goolge-whitepaper_Prompt%20Engineering_v4-af36dcc7a49bb7269a58b1c9b89a8ae1.pdf. Acesso em: 10 dez. de 2025.

BRISOLA, Anna Cristina Caldeira de Andrada Sobral; PAULA, Cláudio Paixão Anastácio de; CARVALHO, Luciana Menezes. **Alfabetização midiática e informacional crítica contra desinformação**. In: XXIV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação (ENANCIB), Vitória-ES, 04 a 08 de novembro de 2024. Disponível em: <https://enancib.ancib.org/index.php/enancib/xxivenancib/paper/viewFile/2445/1761>. Acesso em: 25 mai. de 2025.

BUCKINGHAM, David. **Children and media: a cultural studies approach**. [S.l.: s.n.], 2012. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/307802169_Children_and_media_a_cultural_studies_approach. Acesso em: 16 nov. de 2025.

CARVALHO JÚNIOR, Orlando Lyra de; CARVALHO, Stela Silva; SOUSA, Bárbara Andrade de. **Desinformação e literacia midiática**. *Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação*, v. 10, n. 11, p. 488-504, 2024. Disponível em: <https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/16410/9094>. Acesso em: 23 mai. de 2025.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Alfabetização midiática baseada em crítica de mídia e ética jornalística**. *Revista Eco-Pós*, v. 28, n. 1, p. 253–281, 2025. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/28436. Acesso em: 17 set. de 2025.

GABRIEL, Martha. **Educar: a (r)evolução digital na educação**. São Paulo: Saraiva, 2013. Disponível em: [\[https://pt.scribd.com/document/642872893/Educar-a-revolucao-digital-na-educacao-pdf\]](https://pt.scribd.com/document/642872893/Educar-a-revolucao-digital-na-educacao-pdf)(<https://pt.scribd.com/document/642872893/Educar-a-revolucao-digital-na-educacao-pdf>). Acesso em: 09 jun. de 2025.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. Acesso em: 02 out. de 2025.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. Acesso em: 02 out. de 2025.

GRIZZLE, Alton; WILSON, Carolyn; TUAZON, Ramon; AKYEMPONG, Kwame; CHEUNG, Chi Kim. **Alfabetização midiática e informacional: currículo para formação de professores**. Brasília: UNESCO, 2013. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002204/220418por.pdf>. Acesso em: 24 ago. de 2025.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. [S.l.: s.n.], 2008. Disponível em: <https://cienciaslinguagem.eca.usp.br/L3JenkinsConvergencia.pdf>. Acesso em: maio de 2025. 09 mai. de 2025.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/676257234/Cultura-da-Conexao-HENRY-JENKINS>. Acesso em: 16 nov. de 2025.

LIVINGSTONE, Sonia. **Media literacy and the challenge of new information and communication technologies**. *The Communication Review*, v. 7, n. 1, 2004, p. 3–14. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/30521209_Media_Literacy_and_the_Challenge_of_New_Information_and_Communication_Technologies_The_Communication_Review7. Acesso em: 16 set. de 2025.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na Web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. 2003. 260 f. *Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas)* – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/6057>. Acesso em: 25 nov. de 2025.

PARISER, Eli. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você**. 1. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2012. Disponível em: <https://doceru.com/doc/n111sx81>. Acesso em: 23 jun. de 2025.

PITANGA, Christiane. **Relação entre Educomunicação e o jornalismo cidadão**. In: SOARES, Ismar de Oliveira; VIANA, Claudemir Edson; ALMEIDA, Lígia Beatriz Carvalho de; ALMEIDA, Raija Maria Vanderlei de (org.). *Educomunicação e Educação Midiática nas Práticas Sociais e Tecnológicas pelos Direitos Humanos e Direitos da Terra*. São Paulo: NCE/USP; ABEPECcom; Palavra Aberta; Universidade Federal de Campina Grande, 2023. p. 25-42. Acesso em: 10 dez. de 2025.

REGINATO, Gisele Dotto. **As finalidades do jornalismo: percepções de veículos, jornalistas e leitores**. *Revista FAMECOS*, Porto Alegre, v. 25, n. 3, 2018. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/revistafamecos/article/view/29349/17219>. Acesso em: 10 out. de 2025.

RIPOLL, L.; MATOS, J. C. M. **Zumbificação da informação: a desinformação e o caos informacional.** *Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação*, v. 13, p. 2334–2349, 2017. Disponível em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/918/941>. Acesso em: nov. 2025. Acesso em: 18 mai. de 2025.

SANTOS, José Ricardo Ledur; P., Renato. **New Evidence of the Effect of Literacies in Reducing Disinformation and Fake News.** *Acta Scientiae*, [S.l.], v. 23, n. 6, p. 248-279, 2021. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/357530992_New_Evidence_of_the_Effect_of_Literacies_in_Reducing_Disinformation_and_Fake_News. Acesso em: 18 mai. 2025.

SILVA, Giuliander Carpes da; SANSEVERINO, Gabriela Gruszynski; SANTOS, Mathias Felipe de Lima; MESQUITA, Lúcia. **Como as plataformas digitais provocaram uma ruptura no modelo de jornalismo consolidado no século XX.** *EPTIC – Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura*, Aracaju, v. 22, n. 1, p. 161-178, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufs.br/eptic/article/view/12124/10226>. Acesso em: 23 jun. de 2025.

SILVA, Jean Michel Galindo da; SÁ, Maria Irene da Fonseca e. **Uso de Inteligência Artificial no Jornalismo: impactos, desafios e oportunidades na prática jornalística contemporânea.** *Convergências: estudos em Humanidades Digitais*, Goiânia (GO), v. 1, n. 8, p. 73-96, 2023. Acesso em: 10 dez. de 2025.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Educomunicação: o conceito, o profissional, a aplicação: contribuições para a reforma do Ensino Médio.** 2. ed. São Paulo: Paulinas, 2011. Disponível em: https://statics-americanas.b2w.io/produtos/7415522/documentos/7415522_1.pdf. Acesso em: 09 jun. 2025.

SPINELLI, Egle Müller; HOFF, Tania Márcia Cezar; GENERALI, Sabrina. **Literacia Midiática: desafios para uma cidadania digital inclusiva no contexto da Educação Básica brasileira.** ResearchGate, jun. 2023. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Egle-Spinelli/publication/371911910_Literacia_Midiatica_desafios_para_uma_cidadania_digital_inclusiva_no_contexto_da_Educacao_Basica_brasileira/links/649c4f1c8de7ed28ba5d2d0b/Literacia-Midiatica-desafios-para-uma-cidadania-digital-inclusiva-no-contexto-da-Educacao-Basica-brasileira.pdf. Acesso em: 18 mai. de 2025.

UNESCO. **Jornalismo, fake news & desinformação: manual para educação e treinamento em jornalismo.** Edição de Cherilyn Ireton e Julie Posetti. Paris: UNESCO, 2019. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368647>. Acesso em: 09 mai. de 2025.

VAN DIJCK, José. **The culture of connectivity: a critical history of social media.** Oxford: Oxford University Press, 2013. Acesso em: 23 ago. de 2025.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; DE WAAL, Martijn. **A sociedade de plataforma: valores públicos em um mundo conectado.** Tradução de *Ivone Castilho Benedetti*. São Paulo: Editora Unesp, 2018. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/650253226/0-Jose-van-Dijck-The-Platform-Society-P>

ublic-Values-in-a-Connective-World-2018-Oxford-University-Press-USA-3. Acesso em: 23 ago. de 2025.

WARDLE, Claire; DERAQSHAN, Hossein. **Desordem informacional: para um quadro interdisciplinar de investigação e elaboração de políticas públicas.** Tradução de Pedro Caetano Filho e Abílio Rodrigues. Revisão de Lucas Andrade e Isabela Carneiro. Prefácio de Walter Carnielli. Campinas: CLE-UNICAMP, Coleção CLE, v. 92, 2023. Disponível em: <https://www.cle.unicamp.br/ebooks/index.php/publicacoes/catalog/book/93>. Acesso em: 13 de mai. de 2025.

APÊNDICE A – ENTREVISTA

Este apêndice apresenta o roteiro de perguntas e respostas utilizado para a entrevista semiestruturada realizada com a especialista Thais Furtado, como parte da metodologia deste estudo.

Pergunta 1- Como a senhora avalia o estágio atual da literacia midiática no Brasil, especialmente entre crianças e adolescentes?

Resposta 1- Acredito que a literacia midiática é fundamental na atualidade, considerando que as crianças e adolescentes passam muito tempo em contato com as mídias. Várias escolas já trabalham com conteúdos da mídia há muitos anos, mas a forma como as telas foram se tornando protagonistas na vida dos estudantes faz com que seja absolutamente necessário desenvolver o senso crítico em relação aos conteúdos jornalísticos, publicitários entre tantos outros. Então, acredito que estamos ainda longe do que realmente seria necessário. Os jornais e revistas infantis (que são poucos) ocupam um lugar importante também nesse processo.

Pergunta 2- Quais lacunas estruturais ainda impedem a consolidação da literacia midiática como política pública de educação?

Resposta 2- Acredito que a polarização política seja um entrave, pois a direita faz um trabalho contínuo de descredibilização do jornalismo e de outras fontes de informação criteriosas. Isso faz com que muitos pais de crianças e adolescentes pressionem as escolas para não tratar de algumas temáticas que julgam problemáticas e que, na verdade, são extremamente importantes de serem debatidas nas escolas, como ciência, sexualidade, proteção em relação às drogas, direitos humanos, entre outros. Isso faz com que fique mais complicado de aprovar projetos de literacia midiática. Mas considero o Guia de Educação Digital e Midiática, desenvolvido pelo MEC e pela Secom, um avanço. Outro entrave é a desigualdade social, maior problema do nosso país, que faz com que muitas crianças vivam na pobreza e a literacia midiática acabe sendo um problema menor frente a isso. Mas é com educação, cultura, informação, que isso pode começar a mudar.

Pergunta 3- De que maneira a literacia midiática fortalece a democracia em cenários de desinformação crescente?

Resposta 3- Combater a desinformação é um dos principais objetivos, atualmente, da literacia midiática. Como existe uma proliferação de conteúdos digitais dos mais diferentes tipos e origens, além de uma IA cada vez mais desenvolvida, é fundamental que se trabalhe com crianças e adolescentes a identificação dos conteúdos falsos. Isso exige um preparo também dos professores e dos jornalistas, que precisam estar sempre apontando para o que é falso e esclarecendo a população sobre as verdades dos fatos. Sem combate à desinformação, a democracia vai morrendo.

Pergunta 4- O que falta, na sua opinião, para aproximar definitivamente a educação básica do jornalismo como ferramenta cidadã?

Resposta 4- Falta o jornalismo incluir as crianças na sua produção. O jornalismo abriu mão desse público. Eu e outras pesquisadoras temos desenvolvido várias pesquisas que demonstram como as crianças e suas vozes não aparecem no jornalismo tradicional, e, quando aparecem, é de forma estereotipada, Ou são vítimas, ou são violentas, ou são "fofas", enfim. Essa exclusão das crianças tem vários motivos. Primeiro porque as empresas jornalísticas consideram a priori que as crianças não consomem jornalismo, e isso é um grande erro. As pesquisas indicam que as crianças querem se informar. Segundo, porque os jornalistas têm receio de entrevistar crianças, na verdade, têm medo mesmo. Medo de processo, medo de como conversar com elas, medo de como elas vão reagir, medo do inesperado. As crianças não se enxergam e não se escutam nos conteúdos jornalísticos tradicionais, por que, então, vão se interessar em consumir jornalismo? Isso dificulta muito a inclusão do jornalismo também na educação. Ao serem deixadas de lado pelos jornalistas, as crianças foram elas mesmas se autorrepresentar nas redes sociais. Só que elas seriam também leitoras adultas no futuro, mas não chegarão lá com o hábito de ler jornalismo se não se enxergarem nele hoje. Portanto, é um tiro no pé das empresas jornalísticas deixarem as crianças de lado.

Trago uma reflexão que faço em um artigo que publiquei em um ebook que mando em anexo: "Não se pode negar que é fundamental que os jornalistas se preocupem com os cuidados que devem ter ao entrevistar crianças, ou seja, com seus direitos à

proteção. Há pautas, inclusive, em que elas não devem ser entrevistadas, e isso fica claro nas recomendações do ECA (1990). Em outras, entretanto, em que são protagonistas e nas quais não irão correr o risco de exposição negativa, não existe razão para deixarem de ser incluídas como fontes. A participação é um de seus direitos, e, ao incluí-las em suas produções, os jornalistas poderão desempenhar o papel de fiscalizar também o seu direito à provisão.

O jornalismo, portanto, não só exclui as crianças da maioria de suas produções, ignorando a importância que elas têm na sociedade contemporânea, como também tem medo delas (...). É por isso que defendo que o jornalismo tradicional produzido no Brasil hoje é infantofóbico. O jornalismo infantofóbico é aquele que mantém as crianças como um grupo social excluído e silenciado, que é etarista e só aceita considerar a criança como fonte se ela for disciplinada e enclausurada por padrões rígidos da profissão. Entretanto, é uma ilusão achar que é possível governá-las por completo, pois as crianças sempre encontrarão linhas de fuga, como têm feito nas redes sociais ao se autorrepresentarem. " E isso ocorre nas escolas também, que tentam disciplinar as crianças constantemente.

Pergunta 5- Como a senhora enxerga o papel das escolas na formação de leitores críticos de mídia?

Resposta 5- Acho que já respondi isso nas questões anteriores, mas é um papel fundamental. Muitas crianças passam mais horas na escola e "nas mídias" do que com seus cuidadores. A escola é o grande espaço de socialização presencial das crianças atualmente. Assim, é fundamental que as escolas olhem para as mídias de uma forma crítica e façam debates constantes com os estudantes sobre o que eles estão consumindo nesse espaço virtual sem lei. Tirar os celulares das escolas foi já um primeiro passo.

Pergunta 6- O jornalista deveria ser também um educador midiático? Como o profissional pode integrar literacia midiática ao trabalho cotidiano? Pensando no meu projeto experimental - uma série de 2 vídeos explicando conceitos do jornalismo para crianças:

Resposta 6- Também já falei um pouco disso, mas o principal é não ser infantofóbico: trazer debates que interessem às crianças, ouvi-las sobre os assuntos do seu interesse já seria um começo. As publicações jornalísticas infantis também

são fundamentais (como a Qualé, o Jornal Joca e a Ciência das Crianças Hoje). Além disso, os jornais, sites, revistas, os telejornais, o jornalismo como um todo precisa falar de uma forma que as crianças entendam. Às vezes os próprios adultos têm dificuldade de compreender as matérias, imagina as crianças! O teu projeto experimental aponta para um excelente caminho de aproximação.

Pergunta 7- Como comunicar conceitos complexos como “credibilidade”, “checagem” e “ética” para crianças de forma acessível sem perder rigor?

Resposta 7- Usando uma linguagem acessível, não usando diminutivos, ouvindo as crianças sobre os seus próprios interesses, seguindo regras básicas do próprio jornalismo, não as considerando incapazes de compreender assuntos que lhes interessem. Acredito que não seja difícil, mas pedir ajuda para as próprias crianças pode ser um caminho interessante. Alguns sites já estão fazendo essa opção. O Sumaúma, por exemplo, está trabalhando com crianças e jornalismo num projeto chamado Crionças. Vale a pena ver. A Andi e outras instituições também têm algumas boas dicas de como se comunicar com as crianças.

Pergunta 8- Quais estratégias midiáticas são mais eficazes para desenvolver literacia midiática em públicos infantis?

Resposta 8- Acho que o mais importante é fazer uma troca, é usar o diálogo com as crianças. Não levar algo pronto, pensado apenas pelos adultos. Acho que muitas surpresas podem sair dessa troca, porque as próprias crianças terão muito a ensinar também para os adultos.

Pergunta 9- Existe um risco em simplificar demais o jornalismo para crianças? Como equilibrar clareza e responsabilidade?

Resposta 9- O risco sempre existe, mas basta fazer um trabalho com sensibilidade e com as características que falei nas questões anteriores que a tendência é dar certo.

Pergunta 10- Que avanços a senhora acredita que veremos nos próximos 10 anos no campo da literacia midiática?

Resposta 10- Difícil responder essa pergunta, porque não sabemos quais os rumos que o país como um todo irá tomar. Só sei que, se não considerarmos as

crianças como sujeitos capazes, teremos um afastamento completo delas em relação ao jornalismo. As empresas têm que se dar conta disso urgentemente. Estão perdendo consumidores de jornalismo de hoje e do futuro. E a educação do país também tem que enxergar as crianças como capazes de interpretar o mundo à sua volta. Diálogo, debate e inclusão de todas as infâncias é fundamental.

APÊNDICE B – PROMPTS UTILIZADOS

O processo de criação dos vídeos utilizou o aplicativo Flow/veo3. Como a ferramenta gera apenas segmentos curtos de vídeo (até 08 segundos), o principal desafio foi manter a consistência da animação ao longo da narrativa. Para solucionar essa questão e evitar distorções na aparência dos protagonistas ou mudanças bruscas no ambiente, optou-se pelo envio de imagens de referência a cada novo comando. Juntamente com os *prompts* de texto listados a seguir, foram anexadas imagens (*prints*) do último take gerado ou fotos de referência dos personagens e cenários. Dessa forma, a inteligência artificial pôde interpretar a continuidade da cena, preservando a identidade visual do projeto.

PROMPTS: VÍDEO 1

Prompt 1: Faça um vídeo de uma cena estilo cartoon Pixar desse personagem, dentro da sala de aula, explicando algo com o celular na mão.

Prompt 2: Crie um vídeo dessa menina, estilo cartoon Pixar, onde ela está dentro da sala de aula e começa a chover chocolate.

Prompt 3: Crie um vídeo estilo cartoon Pixar, onde a menina faz uma pergunta direto para a câmera com o celular na mão. Ao redor da sua cabeça saem pontos de interrogação. Ela está dentro da sala de aula.

Prompt 4: Crie um vídeo onde uma personagem feminina de cabelo médio, estilo cartoon Pixar, é uma jornalista entrevistando outra pessoa e anotando coisas em seu caderno.

Prompt 5: Crie um vídeo estilo cartoon Pixar onde essa personagem mulher está mexendo em seu computador, pesquisando algo.

Prompt 6: Crie um vídeo estilo cartoon Pixar onde somente a mão do personagem aparece mexendo no celular e fazendo uma pesquisa.

Prompt 7: Crie um vídeo em que o menino se vira para a câmera e segue explicando algo, a câmera se aproxima do seu rosto, deixe o contexto e o cenário da mesma forma que ele já está.

Prompt 8: A menina entra pela porta da sala de aula com o celular na mão, falando

algo e mostrando para a câmera, a câmera se aproxima no celular. Nele tem uma notícia de que vai chover chocolate, tudo estilo cartoon Pixar.

Prompt 9: Agora faça o menino confuso interrompendo a menina e dizendo para ela que isso é uma fake news, não vai chover chocolate de verdade! Tudo em estilo cartoon Pixar.

Prompt 10: Crie um vídeo onde as crianças dentro da sala de aula estão sentadas em suas classes, estilo cartoon Pixar, ficam chocadas e fazem cara de espanto.

Prompt 11: Crie um vídeo estilo cartoon Pixar desse menino falando enquanto aparece um balão de pensamento em cima de sua cabeça com um jornal dentro.

Prompt 12: Crie um vídeo estilo cartoon Pixar desse personagem falando dentro da sala de aula enquanto aparece um balão de pensamento em cima da sua cabeça com um jornal dentro. Ele está dentro da sala de aula e quero que apareça somente da sua cintura para cima.

Prompt 13: Crie um vídeo seguindo esse frame da imagem. Ao lado do balão de jornal faça surgir um balão com uma lupa.

Prompt 14: Crie um vídeo seguindo esse frame da imagem. Ao lado do balão de jornal faça surgir um balão com uma lupa, o menino está explicando algo para a câmera.

Prompt 15: Crie um vídeo onde esses dois personagens se olham e dizem juntos "precisamos descobrir se é verdade!". Ao redor deles aparecem pontos de exclamação. Eles estão dentro da sala de aula.

Prompt 16: Crie um vídeo estilo cartoon Pixar onde esses dois personagens se olham e dizem juntos "precisamos descobrir se é verdade!". Ao redor deles aparecem pontos de exclamação. Eles estão dentro da sala de aula.

Prompt 17: As duas crianças estão sentadas em um banco dentro da sala de aula, elas caem na gargalhada enquanto atrás delas acontece uma chuva de chocolate lá fora, elas estão rindo com o celular na mão e a câmera vai se afastando até chegar do lado de fora da escola onde termina com ela sendo vista por cima. Faça tudo

isso usando esses dois personagens e o desenho todo em estilo cartoon Pixar.

Prompt 18: Crie uma transição entre as duas imagens, como se os meninos antes estivessem sonhando com a menina coberta de chocolate e agora eles voltaram à vida real.

Prompt 19: Crie um vídeo onde a menina está falando e é interrompida pelo personagem da foto onde ele questiona o que ela está dizendo. Coloque o personagem depois desse frame da foto, coloque ele junto a ela na cena e faça-o questionar ela. Sempre em formato de cartoon Pixar.

Prompt 20: Crie um vídeo onde a menina está falando e é interrompida pelo personagem da foto onde ele questiona o que ela está dizendo. Coloque o personagem depois desse frame da foto, coloque ele junto a ela na cena, falando no mesmo fundo que o dela e faça-o questionar ela. Sempre em formato de cartoon Pixar.

Prompt 21: Faça com que os personagens sigam essa cena, conversando. Ela pergunta e ele responde, depois ela pergunta de novo.

Prompt 22: Faça uma transição entre essa última cena. Agora foque somente no menino para ele continuar a explicação sozinho como no último frame.

Prompt 23: Faça uma transição entre essa última cena. Agora foque somente no menino para ele continuar a explicação sozinho como no último frame. Cuide para ficar tudo em formato cartoon e o menino ser o mesmo dos dois frames, sem mudar a fisionomia, a diferença é que um ele está de costas e no outro ele vai explicar de frente.

Prompt 24: Crie um vídeo de sinal da escola tocando para entrar na sala, mostre o relógio do colégio apitando, tudo estilo cartoon Pixar.

Prompt 25: Crie um vídeo onde esses dois personagens estão brincando juntos na pracinha. Vídeo em formato cartoon Pixar.

Prompt 26: Faça esses dois personagens brincando na areia quando eles escutam o barulho e correm para a porta da escola, está na hora da aula. Faça tudo estilo

cartoon Pixar.

Prompt 27: Faça esses dois personagens brincando na areia quando eles escutam o barulho e correm para a porta da escola, está na hora da aula. Faça tudo estilo cartoon Pixar.

Prompt 28: Crie um vídeo onde esses alunos seguem pelo corredor e vão até a sua sala de aula, tudo estilo cartoon Pixar.

Prompt 29: Crie um vídeo onde os alunos abrem a porta e dão de cara com a menina com o celular na mão. Vídeo estilo cartoon Pixar.

Prompt 30: Crie um vídeo que começa com uma mão na maçaneta e quando abre a porta marrom aparece a menina falando com o celular na mão, tudo estilo cartoon Pixar.

Prompt 31: Faça os dois personagens se olhando, falando "precisamos descobrir se é verdade" dando um toque nas mãos no fim da fala, no estilo "bate aqui", faça tudo estilo cartoon Pixar.

Prompt 32: Faça os dois personagens se olhando, falando "precisamos descobrir se é verdade" dando um toque nas mãos no fim da fala, no estilo "bate aqui", faça tudo estilo cartoon Pixar. Os dois personagens falam ao mesmo tempo e estão felizes.

Prompt 33: Crie um vídeo mostrando a escola de cima, há crianças brincando na pracinha que aparece na foto.

Prompt 34: Crie um vídeo onde a escola vai ficando limpa, o dia ensolarado e ela vai se limpando ao redor.

Prompt 35: Faça um vídeo onde a heroína combate às fake news e jornais, não precisa aparecer nada escrito, tudo estilo cartoon Pixar.

Prompt 36: Faça os dois personagens dando tchau para a câmera, estilo cartoon Pixar.

PROMPTS: VÍDEO 2

Prompt 1: Crie um vídeo de passarinhos em cima da árvore, eles chegam e pousam

nos galhos, com um leve vento soprando, eles estão em uma pracinha de criança. Crie tudo em estilo cartoon Pixar.

Prompt 2: Crie um vídeo onde começa mostrando a escola e no fim dá um zoom na pracinha que é igual a da foto, pode mostrá-la vista de cima. Tudo estilo cartoon Pixar.

Prompt 3: Crie um vídeo estilo transição, faça a árvore ir para a esquerda e atrás dela surgir a pracinha com uma grande fita vermelha, com sinal de que está fechado para uso e em manutenção, estilo cartoon Pixar.

Prompt 4: Crie um vídeo onde essa personagem está em um fundo escolar com grama e bancos, foque nela do busto para cima, ela está incrédula de que a pracinha da escola está fechada, ela aponta para a câmera e diz "Theo... olha! A pracinha tá fechada!". Estilo cartoon Pixar.

Prompt 5: Crie um vídeo onde esse personagem masculino entra na cena, ao lado da menina, com cara de confuso ele diz para ela "Como assim? Estava aberta ontem!".

Prompt 6: Crie um vídeo onde vai dando zoom no rosto do menino que está explicando algo olhando para a câmera, estilo cartoon Pixar.

Prompt 7: Crie um vídeo onde nessa pracinha tem monstros fofos brincando nela, estilo cartoon Pixar.

Prompt 8: Crie um vídeo estático, onde a menina aponta para sua direita e fala "Theo... olha! A pracinha tá fechada!", a cena termina com o frame dela olhando para o lado, como na foto. Estilo cartoon Pixar.

Prompt 9: Faça um vídeo onde o menino está explicando algo olhando para a câmera, estilo desenho cartoon Pixar.

Prompt 10: Crie um vídeo onde um quebra-cabeça se encaixa e no final aparece a palavra FATO, estilo cartoon Pixar.

Prompt 11: Crie um vídeo onde os dois personagens estão fazendo um trabalho de jornalista, um está anotando tudo em um bloco e o outro está entrevistando alguém.

Estilo cartoon Pixar. Eles estão em um escritório.

Prompt 12: Crie um vídeo onde aparece um jornal e nele vão surgindo as seguintes frases em sequência: "o que aconteceu", "onde aconteceu", "quando aconteceu", "quem estava lá" e "por quê". Estilo cartoon Pixar.

Prompt 13: Crie um vídeo onde o menino diz para a menina "Minha mãe é jornalista e ela sempre diz que só assim a gente pode levar a notícia pra frente, do jeito certo". Estilo cartoon Pixar.

Prompt 14: Crie um vídeo, começando por esse frame onde a menina pergunta "E o que a gente faz agora então?" e o menino responde: "A gente investiga!" e por fim ela diz "Ahhh... entendi! Então, se a gente pesquisar direitinho, pode descobrir o motivo da pracinha estar fechada!". Estilo cartoon Pixar.

Prompt 15: Crie um vídeo, começando a partir desse frame, o menino diz: "Exatamente, vamos falar com quem entende!" e a menina responde: "A Diretora Maria, é claro!". Estilo cartoon Pixar.

Prompt 16: Crie um vídeo que começa nesse frame, as crianças correm em direção a porta da escola, estilo cartoon Pixar.

Prompt 17: Crie um vídeo onde os dois personagens da foto estão na sala da diretora, sentados de frente para ela. A diretora pergunta "Oi crianças, tudo bem?". A menina responde: "Diretora, estamos investigando por que a pracinha está fechada para poder contar essa notícia aos colegas. Pode nos explicar o motivo?". Estilo cartoon Pixar.

Prompt 18: Crie um vídeo estilo cartoon Pixar que começa nesse frame, onde a câmera vai dando zoom no rosto da diretora, a personagem de cabelo curto, ela diz: "Um dos brinquedos quebrou e está sendo consertado. Fechamos a área para garantir a segurança de todos."

Prompt 19: Crie um vídeo estilo cartoon Pixar, que começa nesse frame, onde a câmera vai dando zoom e se aproximando da diretora, mulher de cabelo curto atrás das crianças. Ela diz: "Um dos brinquedos quebrou e está sendo consertado. Fechamos a área para garantir a segurança de todos."

Prompt 20: Crie um vídeo, estilo cartoon Pixar, onde o menino diz: "Obrigado, diretora! Isso já é uma ótima informação para uma notícia."

Prompt 21: Crie um vídeo estilo cartoon Pixar, faça as duas crianças conversando com a diretora, a menina loira diz: "Ufa! Então foi só manutenção, nada de monstros na pracinha...!".

Prompt 22: Crie um vídeo estilo cartoon Pixar, onde a diretora dá risada e diz: "Isso mesmo, nada de monstros na pracinha! Logo, logo, estará tudo novinho para vocês brincarem."

Prompt 23: Crie um vídeo estilo cartoon Pixar, onde o menino diz: "Obrigado, diretora! Isso já é uma ótima informação para uma notícia.", a menina loira fala em seguida: "Verdadeira e explicadinha!" e por fim a diretora termina: "Continuem sempre assim: curiosos e responsáveis com o que descobrem."

Prompt 24: Crie um vídeo estilo cartoon Pixar com os dois personagens, onde o menino fala: "E agora já sabemos: a notícia começa com uma dúvida, mas só vira notícia de verdade depois de pesquisar e confirmar tudo!" e ela responde "Theo, investigar é muito divertido!". Eles estão na frente da pracinha que está fechada.

Prompt 25: Faça um vídeo estilo cartoon Pixar, com os dois personagens. Eles aparecem na frente da pracinha que está fechada. O menino diz: "E agora já sabemos: a notícia começa com uma dúvida, mas só vira notícia de verdade depois de pesquisar e confirmar tudo!" A menina responde: "Theo, investigar é muito divertido!".

Prompt 26: Crie um vídeo estilo cartoon Pixar a partir desse frame, os personagens dizem tchau para a câmera e vão embora da cena, saindo pela lateral.

Prompt 27: Crie um vídeo estilo cartoon Pixar, a partir desse frame, que vá se afastando da pracinha e mostrando a escola de cima.