

---

## **Produção Editorial em Educação Midiática: Pare e Pense - Cartilha de Combate à Desinformação para Alunos de Escolas Públicas de Santa Maria, RS<sup>1</sup>**

Thainá Gremes CARNEIRO<sup>2</sup>

Júlia Bortolin dos SANTOS<sup>3</sup>

Liliane Dutra BRIGNOL<sup>4</sup>

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

### **Resumo**

Este resumo discorre acerca da cartilha de combate à desinformação do “Pare e Pense”, projeto de educação midiática realizado durante o TCC das autoras. Tem por objetivo expor o processo de criação e seus resultados para entender como uma cartilha pode auxiliar na Educação Midiática em contexto escolar. A metodologia foi a partir de pesquisa bibliográfica, documental e questionários para a construção dos produtos editoriais, embasado em Recuero & Gruzd (2019); Boyd & Ellison (2007); Kellner & Share; Samara (2001); Fonseca (2011); Collaro (2011); Villas-Boas (2010). De modo geral, a cartilha alcançou seus objetivos, com retorno positivo da comunidade escolar.

**Palavras-Chave:** Produção Editorial; educação midiática; cartilha.

### **Introdução**

O produto aqui apresentado como foco do artigo fez parte do projeto “Pare e Pense”, que consistiu em uma proposta de educação midiática aplicada ao ambiente de duas escolas públicas de Santa Maria, Rio Grande do Sul, sendo produzido como trabalho de conclusão do curso de Comunicação Social - Produção Editorial, da Universidade Federal de Santa Maria.

A cartilha desenvolvida tem uma versão física impressa para uso dos alunos na escola e também uma versão digital para facilitar o acesso e compartilhamento. O objetivo do projeto foi desenvolver junto aos alunos um diálogo sobre reconhecimento e combate à desinformação no meio digital, identificando seus conhecimentos prévios e também as carências da comunidade escolar santamariense em relação ao acesso e consumo de informações, pensando ações a partir do observado. Todo o projeto foi desenvolvido embasado nas diretrizes da Base Nacional Comum Curricular (BNCC).

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Intercom Júnior – IJ06 – Interfaces Comunicacionais do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

<sup>2</sup> Bacharela em Comunicação Social - Produção Editorial pela UFSM, email: thainagremes08@gmail.com

<sup>3</sup> Mestranda em Comunicação - POSCOM UFSM. Bacharela em Comunicação Social - Produção Editorial pela UFSM, email: julia.bortolin@acad.ufsm.br

<sup>4</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social - Produção Editorial da UFSM, email: liliane.brignol@ufsm.br

Homologada em 2018 para a etapa do Ensino Médio, a BNCC reconhece as transformações causadas pelas tecnologias digitais e as contempla nos seus objetivos de aprendizagem ao incluir as formas de “processar, transmitir e distribuir a informação de maneira segura e confiável em diferentes artefatos digitais” (BNCC, 2018, p. 476); e “aprendizagens voltadas a uma participação mais consciente e democrática por meio das tecnologias digitais” (BNCC, 2018, p. 476).

Entretanto, a teoria se mostra diferente da prática quando são analisados os dados de educação no Brasil. O módulo de educação da Pesquisa Anual por Amostra de Domicílios Contínua (IBGE, 2018) mostra que 40% das pessoas com mais de 25 anos não conseguiram concluir a educação básica, enquanto 30,7% dos alunos de Ensino Médio estavam defasados em relação à idade/série ou fora da escola. Ademais, segundo o Panorama da Educação (INEP, 2021), a porcentagem de jovens entre 15 e 19 anos matriculados na escola é de 69%, considerando que a média da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) é de 84%.

Os dados supracitados mostram que, apesar da BNCC incluir o meio digital nos objetivos de aprendizagem, há ainda uma falha no próprio acesso à educação e às tecnologias digitais para aprendizado. Dessa maneira, a cartilha criada como produto final do Projeto Experimental serviu como material de suporte no exercício da Educação Midiática, que para Kellner e Share (2008, p. 18):

[...] preocupa-se em desenvolver habilidades que intensifiquem a democratização e a participação cívica. Ela tem uma abordagem abrangente que envolve o ensino de habilidades críticas e de uso de mídia como instrumentos de comunicação social e mudança. As tecnologias da comunicação estão ficando cada vez mais acessíveis a jovens e cidadãos comuns e pode ser usada para promover a educação, a auto-expressão democrática e a justiça social.

Portanto, o presente resumo objetiva expor o processo de criação de conteúdo, produção da cartilha e os resultados obtidos em sua aplicação no contexto escolar. Para isso, está organizado da seguinte forma: metodologia para a compreensão das técnicas e etapas de construção do produto editorial; fundamentação teórica para o entendimento dos autores utilizados em sua elaboração; e considerações finais para discorrer sobre os resultados gerados pela cartilha em ambiente escolar.

## Metodologia

A criação do conteúdo da cartilha se deu a partir da aplicação de 208 questionários em duas escolas públicas de Santa Maria, em que os alunos eram perguntados a respeito de seus hábitos de consumo digital, além de seus conhecimentos prévios a respeito da temática das *fake news*.

A escolha pelo questionário como técnica de pesquisa para o primeiro contato com o público alvo do projeto se deu por conta das possibilidades que ele proporciona. Segundo Gil (1999, p.128), o questionário pode ser definido “como a técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas, etc.”.

Para o projeto em questão, aspectos como a economia de tempo e investimento, bem como maior abrangência da técnica motivaram sua escolha. Foram consideradas, então, as vantagens e limitações observadas no Quadro 1, listadas por Gil (1999, p.128-129) e Marconi e Lakatos (2003, p. 201-202):

Quadro 1 - Vantagens e desvantagens da aplicação de questionários

VANTAGENS	DESVANTAGENS/LIMITAÇÕES
Atinge grande número de pessoas juntas;	Pequena quantidade de respostas;
Abrange uma extensa área geográfica;	Perguntas sem respostas;
Economiza tempo e dinheiro;	Exclui pessoas analfabetas;
Não exige o treinamento de aplicadores;	Impossibilita o auxílio quando não é entendida a questão;
Garante o anonimato dos entrevistados, com isso maior liberdade e segurança nas respostas;	Dificuldade de compreensão pode levar a uma uniformidade aparente;
Permite que as pessoas o respondam no momento em que entenderem mais conveniente;	O desconhecimento das circunstâncias em que foi respondido pode ser importante na avaliação da qualidade das respostas;
Não expõe o entrevistado à influência do pesquisador;	Durante a leitura de todas as questões, uma questão pode influenciar a outra;

Obtém respostas mais rápidas e mais precisas;	Proporciona resultados críticos em relação à objetividade, pois os itens podem ter significados diferentes para cada sujeito.
Possibilita mais uniformidade na avaliação, pela natureza impessoal do instrumento;	
Obtém respostas que materialmente seriam inacessíveis.	

Fonte: Gil (1999, p.128-129) e Marconi e Lakatos (2003, p. 201-202).

Da análise desses aspectos, entendeu-se que a utilização do questionário como técnica de pesquisa poderia acarretar no risco de sofrer algumas das desvantagens mencionadas na tabela acima. Entretanto, ponderando os prós e os contras, ainda assim chegou-se à conclusão que os prós eram maiores e se enquadravam melhor na proposta do projeto.

Após a aplicação do questionário, foi feito um levantamento dos dados a partir das respostas, a fim de auxiliar na confecção da cartilha. O retorno dos alunos ajudou em sua produção porque deu dimensão sobre quais enfoques deveriam ser priorizados, compreendendo o que já era conhecimento prévio dos jovens e o que poderia ser melhor trabalhado. Também foram adicionadas à composição do material recomendações de iniciativas de verificação de fatos, escolhidas a partir do critério: aquelas que são membros da *International Fact-checking Network* (IFCN)<sup>5</sup>, que integram organizações compromissadas na checagem ética e confiável de fatos; e que deixam explícito o processo de checagem. Alguns exemplos foram a “Aos Fatos”<sup>6</sup>, “Lupa”<sup>7</sup> e “Projeto Comprova”<sup>8</sup>.

Após a escrita do conteúdo, iniciou-se a busca por inspirações visuais para o produto. O site *Pinterest* foi utilizado como ferramenta para encontrar essas propostas e criações de referência. Relacionado ao fluxo de produção, fez-se diversos testes de pré-impressão e acabamento para a compreensão do que seria mais adequado para o público-alvo. Nessa etapa, testou-se tipos de papel, tipografia, cores, dobras e

<sup>5</sup> Acesso: <https://www.poynter.org/ifcn/>

<sup>6</sup> Acesso: <https://www.aosfatos.org/>

<sup>7</sup> Acesso: <https://lupa.uol.com.br/>

<sup>8</sup> Acesso: <https://projeto comprova.com.br/>

---

possibilidades de formatos, tendo sempre em mente a necessidade de que os aspectos visuais estivessem em concordância com o projeto editorial. O principal método prático utilizado ao longo desse processo foi o de testagem, considerando todos os aspectos gráficos mencionados acima.

As principais ferramentas utilizadas para a criação da cartilha foram os programas *InDesign* para diagramação, o *Illustrator* para ajustes pontuais na fonte escolhida e também para a criação da logo do projeto, e o *Photoshop* para a confecção das colagens e do fundo. Utilizou-se, como mencionado anteriormente, o *Pinterest* para busca de referências visuais tanto para a inspiração, como no projeto gráfico nas ideias de colagens, disposição textual, etc.; e a ferramenta *Adobe Color* foi utilizada para conferir se a paleta de cores escolhida passava nos testes de acessibilidade visual.

Para a confecção das colagens, foram utilizados sites de bancos de imagens de acesso aberto e gratuito, dentre eles, estão o *Wellcome Collection*, que disponibiliza vastas opções de imagens históricas e em domínio público de diversos países; o *Unsplash*, que é um compilado de imagens em alta resolução, com qualidade profissional; e o *FreePik* e *Pixabay*, ambos com caráter de imagens mais comerciais e publicitárias.

A cartilha foi desenvolvida com uma versão física impressa para uso dos alunos na escola e também uma versão digital para facilitar o compartilhamento do tema trabalhado. O objetivo era de que o produto fosse atrativo e acessível para seu público-alvo em ambas versões, tendo toda a sua identidade visual e conteúdo embasados a partir das respostas dos questionários. Assim como na etapa anterior, a produção foi desenvolvida fora do ambiente escolar.

Em concordância com esses objetivos, foi criado um site para facilitar o acesso às informações da cartilha, bem como suas referências e versão digital. A plataforma utilizada foi o *Wordpress*<sup>9</sup>, que possibilitou que as autoras o criassem de forma mais acessível, já que é gratuito, além de ser muito amplo e importante, disponibilizando diversas variações de construção visual.

Antes de determinar a sua versão final, foi criada uma versão piloto da cartilha para ser testada junto aos alunos e escutar suas opiniões a respeito de melhorias que poderiam ser feitas no material, realizando um teste com eles durante uma oficina em

---

<sup>9</sup> Conheça o site *Wordpress* do Projeto Pare e Pense: <https://pareepense2022.wordpress.com/>

sala de aula. Essa etapa foi fundamental para que pudessem ser feitos os ajustes finais e necessários. Abaixo, imagens do resultado final da cartilha impressa com os ajustes feitos após a aplicação da versão piloto:

Figura 1 - Versão final da cartilha impressa



Fonte: Autoras

## Fundamentação Teórica

Historicamente, a sociedade convive há muito tempo com a propagação de informações inverídicas. Entretanto, é necessário enfatizar que há diferenças entre a desinformação ao longo da História e o fenômeno atual das *fake news*.

---

Num contexto social permeado pelos meios de comunicação digital, o termo *fake news* tem ficado cada vez mais em evidência, até mesmo sendo nomeado palavra do ano pelo dicionário Macquarie em 2016<sup>10</sup>. Segundo Recuero & Gruzd (2019), atualmente o conceito de *fake news* é sinônimo de desinformação, utilizado para indicar rumores e informações falsas que circulam majoritariamente nas mídias sociais. Para Shu et al. (2017), as *fake news* têm a capacidade de quebrar o equilíbrio de autenticidade no ecossistema de notícias, assim como dissuadir consumidores a acreditarem em informações tendenciosas ou falsas e mudar a maneira que interpretam notícias verdadeiras.

Segundo Delmazo & Valente (2018), a presença das mídias sociais atua como catalisadora da propagação de notícias falsas. Boyd & Ellison (2007) caracterizam as redes sociais:

serviços em rede que permitem que indivíduos (1) construam um perfil público ou parcialmente público em um sistema limitado, (2) articulem uma lista de outros usuários com quem eles compartilham uma conexão, e (3) vejam e atravessem suas listas de conexões e aquelas feitas por outros dentro do sistema (BOYD & ELLISON, 2007, p. 2, tradução própria).

Para entender que tipo de informação seria interpretada como *fake news* na cartilha, foi utilizada a caracterização de *fake news* feita por Shu et al. (2017, p. 2, tradução própria), que também foi empregada por Recuero & Gruzd (2019): (1) “Falsas informações que podem ser verificadas como falsas”; (2) “Criadas com intenções desonestas para enganar consumidores”. Além disso, também utilizou-se da categorização de tipos de desinformação feita por Wardle & Derakhshan (2017): *mis-information*, informação incorreta compartilhada sem a intenção de causar danos; *mal-information*, informações verdadeiras tiradas de contexto para causar danos; e *dis-information*, informações falsas criadas e compartilhadas deliberadamente para causar danos a uma pessoa, grupo social, organização ou país.

Para a construção do conteúdo da cartilha, também utilizou-se do conceito de algoritmo do EducaMídia (2020), em que se afirma se tratar de um mecanismo que seleciona o conteúdo que cada indivíduo inserido no contexto das plataformas digitais visualiza, a partir das próprias práticas de consumo individual.

---

<sup>10</sup> Link da Nomeação: <https://www.macquariedictionary.com.au/resources/view/word/of/the/year/2016>

---

Segundo o programa, “os algoritmos funcionam como uma sequência de instruções para realizar uma tarefa: se você fizer “a”, então acontecerá “b” (EDUCAMÍDIA, 2020, P. 59). Afirma-se ainda, com exemplos ligados ao consumo de conteúdos relacionados ao surfe ou à discussões políticas, que “os dados gerados por meio de nossas interações funcionam como um “termômetro” para empresas e marcas direcionarem anúncios de produtos e serviços com mais chance de gerar interesse e, principalmente, compras.” (EDUCAMÍDIA, 2020, p. 59).

De acordo com essa afirmação, o projeto Pare e Pense entendeu que existe um potencial ambíguo dos algoritmos nas plataformas digitais, uma vez que, embora haja sua interferência nos conteúdos que consumimos diariamente, é possível que tomemos à frente no que diz respeito a um consumo mais consciente das mídias. A reprogramação do mecanismo a partir da mudança dos hábitos, como o acesso a sites confiáveis, serve de estratégia em prol de um território digital menos hostil e mais consciente, mas que, apesar disso, não basta para o combate à desinformação.

A partir da perspectiva de Kellner & Share (2008) para Educação Midiática, traçou-se as diferentes abordagens mencionadas para o conceito, a fim de contribuir na identificação do método de aplicação mais adequado ao projeto.

Uma das abordagens citadas por Kellner & Share (2008, p.12-13) é protecionista, “provém de um medo da mídia e visa a proteger ou inocular as pessoas contra os perigos da manipulação e dependência da mídia”. Descartou-se essa abordagem por ser “simplista em relação à complexidade de nossas relações com a mídia” e desconsiderar o potencial positivo da “pedagogia crítica” e “produção de mídia alternativa”.

Outra abordagem mencionada é da educação em arte midiática, voltada para a valorização das qualidades estéticas da mídia e das artes. Kellner & Share (2008, p. 14) citam como ponto negativo dessa perspectiva o favorecimento da "autoexpressão individualista em detrimento da análise socialmente consciente”. Considerando que o projeto entende como importante a consciência coletiva em relação às *fake news*, essa abordagem foi descartada.

Uma terceira abordagem é a do movimento de alfabetização midiática nos Estados Unidos da América (EUA), que “consiste numa série de competências comunicativas, incluindo as habilidades de acessar, analisar, avaliar e comunicar”

---

(KELLNER & SHARE, p.15). Essa abordagem tem como característica uma Educação Midiática politicamente neutra, e é criticada pelos autores, que consideram essencial o questionamento crítico para que a Educação Midiática tenha um potencial transformador.

Apesar de concordarmos com Kellner & Share (2008) nesse sentido, a abordagem utilizada se aproximou da última citada, devido ao cenário sociopolítico em que o projeto foi criado e aplicado à comunidade. Por 2022 ter sido ano eleitoral, em um contexto polarizado tanto presencialmente quanto no meio digital, houve um receio de que qualquer menção política pudesse vir a se tornar uma discussão partidária, desviando o foco dos estudantes da proposta real do projeto.

Para evitar isso, estimulou-se o pensamento crítico dos alunos por meio da exposição de curiosidades e exemplos de temáticas gerais, sem o incentivo das autoras ao debate de temas de interesse público que pudessem causar animosidades, como a pandemia de COVID-19 e o período eleitoral brasileiro.

Kellner & Share (2008) dizem:

As diferentes abordagens à educação midiática não são modelos pedagógicos rígidos e sim pontos de referência interpretativos, a partir dos quais os educadores podem estruturar seus objetivos, interesses e estratégias. (KELLNER & SHARE, 2008, p. 17)

Sendo assim, a abordagem utilizada consiste da seleção parcial de uma das perspectivas mencionadas, visto que não concordamos completamente com a proposta utilizada, mas julgamos ser a mais adequada ao contexto em que o projeto estava inserido.

Os guias do EducaMídia<sup>11</sup> (Instituto Palavra Aberta) também foram muito utilizados para encontrar informações a respeito da temática do projeto e para a montagem do conteúdo da cartilha. Uma das etapas embasadas pelo programa e suas referências foi a construção de um método prático de identificação de *fake news*, adequado ao contexto sociocultural em que o projeto foi desenvolvido e incluído na cartilha. As abordagens utilizadas foram a E.S.C.A.P.E, da iniciativa norte-americana *NewseumEd*<sup>12</sup>; e a *Check, Please!*<sup>13</sup>, site de curso introdutório ao tema.

---

<sup>11</sup> Acesso: <https://educamidia.org.br/>

<sup>12</sup> Acesso: <https://newseumed.org/>

<sup>13</sup> Acesso: [Check, Please!](#)

O método criado foi idealizado em formato de fluxograma a fim de auxiliar na visualização das etapas que cada pergunta suscita. A pergunta inicial do fluxograma, por exemplo, é feita dessa forma: "Recebeu algo que te deixou com o pé atrás?", ou seja, foi possível adaptar as perguntas para uma linguagem didática e acessível, de acordo com a faixa etária dos alunos.

Figura 2 - Envelope do fluxograma



Fonte: Autoras

Paralelamente à criação do conteúdo, também foi realizada a pesquisa bibliográfica referente ao quadro teórico de autores que falam sobre a criação de produtos editoriais impressos e digitais, onde os autores Timothy Samara (2011) e André Villas-Boas (2007; 2010<sup>14</sup>) foram utilizados para tratar do projeto editorial e gráfico; trabalhou-se aspectos relacionados à paleta de cores do projeto gráfico a partir da perspectiva do autor Joaquim da Fonseca (2011); o projeto tipográfico foi trabalhado pela perspectiva de Antônio Celso Collaro (2011) e Fonseca (2011); escolha do papel segundo Villas-Boas (2010); o grid e formato a partir de Harris & Ambrose (2012); e as autoras Fabiana Guerra & Mirela Terce (2019) serviram de embasamento para a criação do produto editorial digital, bem como do site. Para fins do artigo, não entraremos em detalhes sobre os aspectos editoriais técnicos da criação da cartilha, uma vez que o foco

<sup>14</sup> O livro *Produção Gráfica para Designers* foi publicado sob pseudônimo de Marina Oliveira, mas a autoria original é de André Villas-Boas.

---

do texto não é sua editoração, mas sim o potencial de ação do produto dentro do ambiente escolar para o exercício da educação midiática.

### **Considerações finais**

No que se refere aos aspectos visuais do produto editorial final, considera-se melhorias que podem ser aplicadas com um investimento maior, além do acesso a uma gráfica de grande porte. Pensou-se na aplicação de verniz localizado nos elementos visuais como algo que enriqueceria a cartilha no que se refere ao acabamento, pois manteria a legibilidade do texto ao passo em que adiciona um certo brilho às colagens.

A cartilha final foi impressa em A3, porém para futuras versões consideramos a possibilidade de impressão em um papel maior, como A2, que possibilitaria que o trabalho em grupo transcorresse de maneira mais acessível aos alunos. Ao receberem a versão piloto, os estudantes realizaram uma avaliação para que as autoras pudessem entender quais aspectos poderiam ser aprimorados. Do total de respondentes, 57,4% considerou a cartilha muito compreensível, sendo que nenhuma pessoa achou confuso ou muito confuso. Foi possível perceber, a partir das avaliações, que o trabalho em grupo foi dificultado por conta da legibilidade da fonte. Para a versão final, ela foi aumentada.

A intenção do projeto foi manter certa neutralidade no que se refere às discussões de cunho político partidário. O motivo dessa decisão, como mencionado anteriormente, se deu por conta do período histórico vivenciado durante sua realização, mais especificamente o ano de 2022. Entendeu-se que qualquer discussão, exemplo ou comentário nesse sentido poderiam acarretar em desvio do foco dos estudantes da proposta do trabalho, que é justamente a leitura e compreensão crítica dos fatos de uma sociedade bombardeada por informações.

Entretanto, uma das principais características observadas ao longo das fases do projeto foi a tendência dos alunos a buscar essas discussões, seja em suas respostas ao questionário, ou em comentários durante a oficina com o produto editorial. Isso evidencia que a temática das *fake news* não somente se originou no debate político, mas também continua intrinsecamente atrelada a ele.

---

De todo modo, a recepção dos alunos pela cartilha foi muito positiva, mantendo os estudantes engajados durante as atividades propostas e instigando o debate sobre desinformação no qual o projeto se propôs a trabalhar.

Um dos maiores desafios enfrentados na Educação Midiática e também no projeto Pare e Pense tenha sido o entendimento de que a responsabilidade no combate à desinformação é de todos, e não apenas das plataformas digitais.

Lemos & Oliveira (2020, p. 200) dizem que “os consumidores de informação midiática tendem a exagerar como ela afeta os outros, levando pouco em consideração o efeito sobre si mesmo ou sobre o interlocutor”. Essa tendência de responsabilização de terceiros prejudica o debate acerca do tema e inibe uma postura ativa de combate, considerando que todos são parte da rede de compartilhamento, interação, consumo e produção que o ambiente digital proporciona, porém nem todos atuam com a responsabilidade social de denunciar desinformações e, de preferência, ajudar os outros a perceber quando o que está sendo disseminado é uma mentira. Na etapa de teste da cartilha, foi possível observar esse comportamento nos alunos participantes.

Portanto, o projeto Pare e Pense também se apresentou como uma iniciativa de Educação Midiática que intencionou colocar em pauta essa problemática, instigando, além do pensamento acerca do que é compartilhado, a ação em cima daquilo que é falso ou danoso.

Outro aspecto importante e que reafirma a relevância dessa iniciativa se dá na recepção das escolas. Na figura de seus representantes, se mostraram muito abertas à iniciativas externas, enfatizando a importância da universidade realizar projetos junto à comunidade. A exemplo disso, em uma das escolas participantes fora destacado por parte dos responsáveis a necessidade de se propor a discussão do tema para os alunos, uma vez que já haviam ocorrido situações problemáticas relacionadas ao compartilhamento de desinformação nas redes sociais.

Entendemos que o exercício da Educação Midiática se dá na convergência do desejo de mudança e na consciência de sua necessidade para a construção de uma sociedade mais responsável. Com isso em vista, o sucesso da aplicação da cartilha está diretamente ligado à participação colaborativa dos diversos indivíduos que abriram caminhos e contribuíram para o seu desenvolvimento. Considerando que a ação apresenta um caráter extensionista, a proatividade de terceiros deve ser enfatizada como

---

conclusão absoluta de que o produto não alcançaria os resultados obtidos se não houvesse o contato direto com pessoas abertas à iniciativas.

## Referências

- BOYD, Danah M; ELLISON, Nicole B. **Social Network Sites: Definition, History and Scholarship**. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>. Acesso em: 09 fev 2022.
- COLLARO, Antonio Celso. **Produção gráfica: arte e técnica na direção de arte**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.
- DELMAZO, Caroline; VALENTE, Jonas C.L. **Fake news nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques**. Disponível em: [http://www.scielo.pt/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2183-54622018000100012&lang=pt](http://www.scielo.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2183-54622018000100012&lang=pt). Acesso em: 25 jan 2022.
- EDUCAMÍDIA. **Guia de Educação Midiática**. 2020. Disponível em: <https://educamidia.org.br/guia>. Acesso em: 15 maio 2022.
- FONSECA, Joaquim da. **Tipografia & Design gráfico: Design e Produção de Impressos e Livros**. Bookman, 2011.
- GOVERNO FEDERAL. **Base Nacional Comum Curricular**. 2018. Disponível em: [http://basenacionalcomum.mec.gov.br/images/BNCC\\_EI\\_EF\\_110518\\_versoafinal\\_site.pdf](http://basenacionalcomum.mec.gov.br/images/BNCC_EI_EF_110518_versoafinal_site.pdf). Acesso em: 09 fev 2022.
- GUERRA, Fabiana; TERCE, Mirela. **Design digital: conceitos e aplicações para websites, animações, vídeos e webgames**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2019.
- HARRIS, Paul. AMBROSE, Gavin. **Fundamentos de Design Criativo**. 2012. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788540701281/pageid/2>. Acesso em: 05 nov 2022.
- KELLNER, Douglas; SHARE, Jeff. **Educação para a leitura crítica da mídia, democracia radical e a reconstrução da educação**. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/es/a/hcZr4mDdbgTfSy3NWt8RptQ/?lang=pt>. Acesso em: 14 jul 2022.
- RECUERO, Raquel; GRUZD, Anatoliy. **Cascatas de Fake News Políticas: um estudo de caso no Twitter**. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gal/a/Kvxg4btPzLYdxXk77rGrmJS/?lang=pt>. Acesso em: 09 fev 2022.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- SHU, Kai et al. **Fake News Detection on Social Media: A Data Mining Perspective**. Disponível em: <https://arxiv.org/pdf/1708.01967.pdf>. Acesso em: 09 fev 2022.

---

SAMARA, Timothy. **Guia de design editorial**: manual prático para o design de publicações. Porto Alegre: Bookman, 2011.

VILLAS-BOAS, André. **Produção gráfica para designers**. Rio de Janeiro: 2AB, 2010.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **INFORMATION DISORDER**: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Disponível em: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c>. Acesso em 12 jul 2022.