

Projeto “Pare e Pense”: Análise do Fenômeno da Desinformação Entre Alunos de Escolas Públicas de Santa Maria, Rio Grande do Sul¹

Thainá Gremes CARNEIRO²

Júlia Bortolin dos SANTOS³

Liliane Dutra BRIGNOL⁴

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

RESUMO

O presente resumo tem como objetivo expor os resultados da análise dos questionários aplicados no projeto “Pare e Pense”, iniciativa de educação midiática para estudantes de escola pública. Para garantir que o projeto atendesse à sua realidade de inserção, foram aplicados presencialmente questionários impressos que buscavam entender seus hábitos de consumo na internet, fontes de informação e conhecimentos prévios sobre o tema da desinformação. A análise dos resultados possibilitou compreender certos aspectos do comportamento dos estudantes em relação ao fenômeno das *fake news*, como as estratégias de identificação e postura no contexto digital.

PALAVRAS-CHAVE: questionário; *fake news*; educação midiática; comunicação.

INTRODUÇÃO

O projeto “Pare e Pense” consistiu em uma proposta de educação midiática dentro do ambiente de duas escolas públicas de Santa Maria, Rio Grande do Sul, enquanto trabalho de conclusão do curso de Comunicação Social - Produção Editorial, da Universidade Federal de Santa Maria. As instituições participantes estão aqui denominadas como Escola A e B.

As atividades do projeto foram feitas com turmas 2º ano do Ensino Médio no final de 2022, a partir da criação de uma cartilha sobre combate à desinformação para os alunos, e da realização de oficinas de incentivo ao diálogo a respeito das *fake news*, utilizando a cartilha como material de suporte.

Para garantir que o projeto e seus produtos editoriais tivessem identidade, linguagem e conteúdo adequado à realidade sociocultural dos participantes, utilizou-se da aplicação de um questionário como ferramenta de pesquisa para compreender os hábitos de consumo dos alunos dentro do ambiente digital, suas fontes de informação,

¹ Trabalho apresentado na IJ6 - Interfaces Comunicacionais do 22º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 8 a 10 de junho de 2023.

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

³ Bacharela em Comunicação Social - Produção Editorial pela UFSM, email: julia.bortolin@acad.ufsm.br

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

suas posturas defronte à desinformação, além de dimensionar os conhecimentos prévios que eles já tinham a respeito da temática das *fake news*.

Dessa maneira, o presente resumo tem por objetivo expor os resultados da análise dos dados retirados dos questionários, levantando hipóteses a respeito da influência das *fake news* para a realidade do público trabalhado. Para realizar essa exposição, o resumo está estruturado da seguinte forma: introdução para apresentação breve do conteúdo; metodologia para compreensão das técnicas utilizadas na formulação do questionário, aplicação e análise dos dados, além de fundamentação teórica para entender os autores utilizados para estruturar a pesquisa; análise dos resultados para comentários a respeito dos dados encontrados; e conclusões com levantamentos de hipóteses a partir dos resultados.

METODOLOGIA

A elaboração do questionário foi feita a partir dos autores Gil (1999) e Marconi & Lakatos (2003). Levou-se em consideração a definição de Gil (1999, p. 128) para a escolha da ferramenta, que seria uma “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.”.

Foram ponderados os prós e contras da ferramenta listadas por Gil (1999) e Marconi e Lakatos (2003), que colocavam como vantagens, entre outras, o número grande de pessoas atingidas, a garantia de anonimato dos entrevistados, a não exposição do entrevistado à influência do pesquisador e maior uniformidade de avaliação; e como desvantagens itens como a possibilidade de perguntas sem respostas, a exclusão de pessoas analfabetas, a impossibilidade de auxílio na incompreensão da questão e a influência que uma questão pode ter em outra.

Trazendo a ferramenta para o contexto do projeto, considerou-se viável a aplicação nas escolas participantes. Elaborado para ser aplicável de forma rápida e objetiva, o questionário visou o maior número de respostas em menor tempo possível. Para isso, as questões possuíam, em sua maioria, caráter objetivo, com o intuito de mapear o comportamento e conhecimento dos respondentes. As questões mais longas e de caráter discursivo foram posicionadas na parte final do questionário.

A aplicação foi possível somente após a autorização das direções, coordenações pedagógicas e professores das escolas A e B. Cada aluno recebeu uma cópia impressa para responder de maneira individual e anônima. O tempo de resposta variou entre 10 e 15 minutos, para que não houvesse prejuízo ao tempo de aula dos professores que aceitaram ceder o espaço ao projeto. Foram recolhidas 113 respostas na Escola A, enquanto na Escola B, 95 respostas foram obtidas. O projeto recolheu, então, 208 respostas ao total.

A etapa seguinte foi de levantamento dos dados, momento em que foi possível dimensionar as discussões que deveriam ser feitas, bem como os enfoques a serem propostos no conteúdo do produto final do projeto. Foi possível observar também quais temas, aspectos e conceitos poderiam ser mais aprofundados, a fim de sanar dúvidas ou conflitos de informações.

Para a análise, foi feita a transcrição das respostas do questionário impresso para o digital, utilizando a ferramenta online *Google Forms*. Essa escolha se deu pela necessidade de visualizar os dados de maneira mais ágil, bem como tornou possível a criação de gráficos passíveis de edição. As respostas abertas foram analisadas individualmente, sendo necessária a criação de categorias de acordo com os temas trazidos nas respostas e suas palavras similares.

ANÁLISE DOS RESULTADOS

Dos 208 questionários respondidos, 54,3% eram da Escola A, e 45,7% da Escola B. A grande maioria dos respondentes tinha 16 ou 17 anos, contabilizando juntos 89,5%. A análise individual das respostas trouxe dados interessantes a respeito do consumo dos estudantes, mas foi a análise comparativa das respostas que mostrou características sobre a postura que os respondentes tomam frente às *fake news*.

Percebeu-se que os participantes da pesquisa possuem perfil passivo no combate à desinformação, apesar de a maioria ter respondido que já ajudou algum familiar a verificar uma informação. Em outras questões, porém, mais da metade afirmou “não compartilhar, mas também não corrigir” inverdades, mesmo atribuindo a tarefa de verificação tanto às plataformas quanto aos usuários.

Detectou-se também uma tendência de contradição entre respostas. Do total, 97,6% dos respondentes disseram utilizar a internet como meio de comunicação informativo e, nesse cenário, o Instagram e sites de notícias apareceram empatados em

primeiro lugar nas plataformas utilizadas para buscar informações. Entretanto, perguntados sobre hábitos de consumo na internet, 69,7% disseram consumir à medida que informações aparecem, sem busca direta.

Outro exemplo é o da questão 9, em que 70% dos estudantes declararam verificar a informação antes de compartilhar, porém questionados em outro momento sobre os hábitos de consumo na internet, apenas 39,4% afirmaram conferir qual a origem/fonte da informação que consomem.

Somando a postura passiva ao aspecto de contradição, 84,6% afirmou que, no dia a dia, interage por redes sociais online. Nesse contexto, 72,9% das pessoas declararam que a verificação é de responsabilidade tanto do usuário quanto das plataformas. Apesar disso, a contribuição do usuário não se confirmou, pois 55,3% afirma que diante de informações falsas, não as compartilha, mas também não denuncia ou corrige.

Em contraponto, 82,6% disse já ter orientado algum conhecido ou familiar na verificação online. Esse dado vai de encontro ao observado sobre o conhecimento prévio do tema, uma vez que 67,1% dos estudantes afirmou saber identificar uma informação falsa às vezes, 71% conhece pelo menos uma iniciativa de combate à desinformação, e apenas 5 pessoas não souberam responder o que seria *fake news*.

Sobre o termo desinformação, a maior parte dos estudantes declarou que se trata de um problema de falta de informação individual e pessoal, evidenciando uma tendência dos alunos de atribuir a responsabilidade aos demais, não visualizando a desinformação como um fenômeno que também os atinge, e sim como característica de terceiros. Isso confirmou uma hipótese levantada antes da aplicação dos questionários a partir de Lemos & Oliveira (2020, p. 200), de 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”.

Ao longo da análise, foi possível observar a falta de uma postura ativa nas questões dissertativas, tendo muitas ficado em branco, entre outros. Apesar disso, por se tratarem de questões facultativas, esse dado foi considerado igualmente relevante para o projeto. Isso porque, foi entendido que a postura de não responder já explicita o comportamento passivo detectado nas demais questões.

Outro aspecto relevante, por fim, se trata da tendência de associação da discussão das *fake news* à política partidária. Observou-se, em respondentes diversos, falas polarizadas, que responsabilizavam figuras políticas de distintos núcleos partidários sobre a criação e propagação de desinformação na internet.

CONCLUSÃO

A ferramenta utilizada foi essencial para o desenvolvimento do projeto “Pare e Pense” como um todo. Tanto sua elaboração quanto aplicação, caso refeitas em algum momento futuro, poderiam ser expandidas e melhoradas no sentido de se utilizar do meio digital e também ter mais tempo para responder. Uma das conclusões observadas é que não houve tanto engajamento nas respostas abertas, e as hipóteses levantadas pelas autoras podem estar relacionadas ao curto tempo de aplicação e pouca disposição para escrita manual. Porém, entende-se que os resultados obtidos são reflexo do contexto de sua realização.

Em relação aos resultados levantados, foram observados diversos padrões e tendências que confirmaram hipóteses levantadas previamente, como o tempo gasto em consumo de conteúdo na internet, identificação de *fake news* e responsabilização de terceiros. Um resultado de extrema relevância que pôde ser observado está relacionado ao interesse dos estudantes em discutir e estudar o tema. De modo geral, muitos pontuaram dúvidas e elaboraram ideias de estratégias para o combate à desinformação.

Por fim, quanto à contradição encontrada entre respostas, a hipótese que obteve-se, porém sem possibilidade de verificação, é de que a desvantagem citada na metodologia sobre a influência entre perguntas possa ter norteadado o comportamento do respondente, apesar da tentativa de estruturar o questionário de maneira que isso não ocorresse.

REFERÊNCIAS

FÓRUM DE PRÓ-REITORES DE EXTENSÃO DAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS BRASILEIRAS. Plano Nacional de Extensão Universitária. Ilhéus: Editus, 2001. (Coleção Extensão Universitária; v.1). Acesso em: 20 jun 2022.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas 1999. Acesso em: 02 maio 2022.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.