

De um lado os fatos, de outro as versões: AMI e o embate contra as Fake News.

A comunicação mediada por "bolhas" nas redes sociais, o questionamento do jornalismo profissional, dos fatos e do método científico levam ao esgarçamento do pacto civilizatório. Mas, como (e quem vai) combater *fake news*?

A mentira não é algo novo, inclusive na esfera política. “Ser infiel à verdade dos fatos é algo que governantes e políticos praticam há muitos séculos”, diz trecho do livro *Novos Combates Pela História – Desafios, Ensino*, mais especificamente no capítulo intitulado *A História Contra-Ataca*, escrito por Jaime e Carla Pinsky, citando como exemplo o faraó Ramsés II, do século 13 antes de Cristo, que mandava apagar dos monumentos egípcios os nomes dos seus construtores e colocava neles o seu próprio nome, para receber o crédito pelas obras - conforme traz o [Jornal da USP](#).

No entanto, com a velocidade e a comunicação em rede proporcionadas pela *web 2.0*, a propagação de notícias falsas com o intuito de desinformar as pessoas impacta de maneira direta a qualidade das nossas democracias, a credibilidade das instituições e, em situações de crise de saúde pública como a atual pandemia de Covid-19, um risco à própria saúde.

Em paralelo a essa questão, presenciamos ataques frequentes ao jornalismo profissional. Segundo a ONU, [1,2 mil jornalistas foram assassinados por divulgar notícias e levar informações ao público entre 2006 e 2019](#). Nos últimos 14 anos, 90% dos casos ficaram impunes.

As *fake news* estão relacionadas com o tema da *pós-verdade*, eleito termo do ano em 2016 pelo dicionário Oxford. Na pós-verdade, presenciamos a relativização da verdade, a banalização da objetividade dos dados e a supremacia do discurso emocional (Zarzalejos, 2017, p. 11).

Alfabetização midiática e informacional no combate às *fake news*

Organizações governamentais e não-governamentais, membros da sociedade civil e academia têm se debruçado sobre esse problema atual da sociedade na Era da Informação.

No Brasil, a preocupação com os efeitos das campanhas de desinformação também é crescente. De acordo com o Digital News Report do Instituto Reuters (2021), 85% dos usuários da internet do Brasil disseram estar preocupados em discernir conteúdo digital verdadeiro das *fake news*.

Pesquisas em comunicação têm sido realizadas em todo o mundo a fim de entender melhor o problema. O Centro Shorenstein de Mídia, Política e Políticas Públicas da Universidade de Harvard, por exemplo, [aponta alguns caminhos](#) como envolver mais conservadores na discussão da desinformação na política e colaborar mais estreitamente com jornalistas para disseminar os fatos.

O tema da desinformação envolve muitas esferas e muitos são os caminhos propostos como formas de combate. Um dos caminhos propostos pela Unesco desde 2013 é o conceito de Alfabetização Midiática e Informacional (AMI, em português; ou MIL, no idioma inglês) que reúne as três dimensões: informação, mídias e tecnologias da informação/ambiente digital.

O termo atua como um conceito guarda-chuva, “uma nova construção de alfabetização que ajuda a empoderar pessoas, comunidades e nações para participarem e contribuírem para sociedades globais do conhecimento” (UNESCO, 2013).

A AMI abrange “toda a gama de competências cognitivas, emocionais e sociais que incluem o uso de texto, ferramentas e tecnologias; as habilidades de pensamento crítico e análise; a prática de composição e criatividade de mensagens; a capacidade de se envolver na reflexão e pensamento ético; bem como a participação ativa por meio do trabalho em equipe e da colaboração” (Hobbs, 2010).

Portanto, a AMI tem como foco o cidadão e o fomento de um conjunto de competências para pesquisar, avaliar criticamente, usar e contribuir com informações e conteúdo digitais.

A proposta da AMI traz uma visão de empoderamento cívico que, apesar de não focar no agente disseminador de informações falsas, prepara pessoas por meio do pensamento crítico, se apresentando como alternativa para as demandas da sociedade na Era da Informação. Afinal, educação e conscientização devem estar na base das ações de combate à desinformação.

-

Ana Paula Dias é bacharela em Relações Públicas pela Universidade de São Paulo, com MBA em Reinvenção Digital pela ESPM. É mestranda em Integração da América Latina pela Universidade de São Paulo e membro do Comitê Jovem da UNESCO MIL Alliance.

Conecte-se pelo LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/ana-paula-dias-marketing-digital/>