



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO**  
**FACULDADE DE LETRAS**

**CUIDADO, *FAKE NEWS*! A IMPORTÂNCIA DOS  
MATERIAIS AUTÊNTICOS NA PROMOÇÃO DO  
LETRAMENTO CRÍTICO NAS AULAS DE PLE**

Gabriela Viol Valle

Rio de Janeiro  
2021

GABRIELA VIOL VALLE

**CUIDADO, *FAKE NEWS*! A IMPORTÂNCIA DOS  
MATERIAIS AUTÊNTICOS NA PROMOÇÃO DO  
LETRAMENTO CRÍTICO NAS AULAS PLE**

Monografia submetida à Faculdade de Letras da  
Universidade Federal do Rio de Janeiro, como  
requisito parcial para obtenção do título de  
Licenciatura em Letras na habilitação  
Português/ Literaturas.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Danúsia Torres dos Santos

RIO DE JANEIRO  
2022

## CIP - Catalogação na Publicação

VA447c Valle, Gabriela Viol  
CUIDADO, FAKE NEWS! A IMPORTANCIA DOS MATERIAIS  
AUTÊNTICOS NA PROMOÇÃO DO LETRAMENTO CRÍTICO NAS  
AULAS PLE / Gabriela Viol Valle. -- Rio de  
Janeiro, 2022.  
43 f.

Orientador: Danúcia Torres dos Santos.  
Trabalho de conclusão de curso (graduação) -  
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Faculdade  
de Letras, Licenciado em Letras: Português -  
Literaturas, 2022.

1. Fake News. 2. Materiais Autênticos. 3.  
Letramento Crítico. 5. Português para Estrangeiros  
(PLE). I. Torres dos Santos, Danúcia, orient. II.  
Titulo.

Elaborado pelo Sistema de Geração Automática da UFRJ com os dados fornecidos pelo(a) autor(a), sob a responsabilidade de Miguel Romeu Amorim Neto - CRB-7/6283.

## AGRADECIMENTOS

À minha mãe, Mônica, minha irmã Isabela e minha avó Izabel pelo apoio e por sempre me oferecerem todo o suporte necessário para a realização dos meus desejos e por sempre me incentivarem nos estudos.

E um agradecimento especial ao meu pai, João, por ter me incentivado a tentar um curso novo. E por sempre me olhar e dizer, desde que eu entrei na graduação, até mesmo depois de eu já ter me formado em bacharel: “minha filha, você vai ser professora!”. E, felizmente, cá estamos nós.

Ao meu companheiro Alexandre, por todo apoio de sempre. Por me incentivar, por se orgulhar, por me ouvir e por entender minhas ausências, escolhas e correrias de sempre. E por ser meu refúgio quando tudo parece um caos.

Às minhas companheiras do CLAC-PLE, Raquel, Daniella, Beatriz e Valquíria pelos bons momentos compartilhados e pelas tantas risadas na nossa querida sala H312.

E um agradecimento carinhoso, também, ao Projeto CLAC e ao grupo de pesquisa PEPPE, que foi o ponto de partida para o meu interesse na vida acadêmica e pela grande oportunidade de me fazer aprender e crescer.

Um agradecimento especial à minha orientadora, Danúsia Torres, por me inspirar, me incentivar, me motivar e por me ensinar tanto. Pela sabedoria no processo de orientar, pelos acolhimentos e conselhos. E claro, pela paciência de sempre.

À professora Kátia Tavares e ao professor Alexandre Ribeiro, pela disponibilidade e por terem aceitado o convite para a banca deste trabalho.

E, por fim, à UFRJ por me receber de volta e de volta e espero que sempre de volta. Por ser um ambiente de acolhimento, aprendizado, crescimento e evolução. Por ser uma universidade que muda vidas e por ter mudado a minha.

## RESUMO

Com o desenvolvimento das Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDICs), passamos a ter acesso a um vasto conteúdo. Embora essa mudança tenha sido positiva para o nosso dia a dia, visto que podemos acessar qualquer tipo de informação *online* em questão de segundos, esse avanço também acarretou pontos negativos. Ao mesmo tempo em que podemos encontrar esclarecimentos e informações verídicas e confiáveis, deparamo-nos, também, com um excesso de informações falsas. Sendo assim, o objetivo desta pesquisa foi analisar notícias falsas que circularam na internet e refletir de que modo elas poderiam ser didatizadas e levadas para os alunos estrangeiros que estão aprendendo o português. O intuito foi ponderar, também, sobre a importância de o professor utilizar materiais autênticos e de promover uma perspectiva de ensino crítico para os alunos. Além disso, nossa intenção foi propor uma unidade didática a partir desse tipo de notícia, a fim de mostrar que o material selecionado pode ser um bom recurso para o professor utilizar com os alunos, visando a um letramento crítico. A metodologia da pesquisa consistiu na seleção de uma notícia, seguida de uma breve análise desse material e uma posterior proposta de unidade didática. Para isso, usamos como base teórica estudos sobre redes sociais, *fake news*, materiais autênticos, leitura e letramento crítico. Com o desenvolvimento do trabalho, foi possível perceber que a propagação das *fake news* se tornou um problema social, uma vez que notícias desconectadas da realidade passaram a circular com muita facilidade. Por isso, é imprescindível que o professor de Português Língua Estrangeira (PLE) proponha atividades que promovam o letramento crítico dos aprendizes, utilizando materiais autênticos que incitem um processo reflexivo acerca dos mais diversos aspectos que perpassam a vida em sociedade, entre eles, a circulação de notícias falsas.

Palavras-chave: *Fake News*; Materiais Autênticos; Letramento Crítico; Português Língua Estrangeira (PLE).

## **ABSTRACT**

With the coming of Digital Information and Communication Technologies (DICT's), we now have access to a vast amount of content. Although this change has been positive for our daily lives since we can access any type of information online in a matter of seconds, this advance also had negative points. While we can find truthful and reliable clarifications and information, we are also faced with an excess of false information. Therefore, the objective of this research was to analyze fake news that circulated on the internet and reflect on how they could be didactic and taken to foreign students who are learning Portuguese. The aim was also to consider the importance of the teacher using authentic materials and promoting a critical teaching perspective for students. In addition, our intention was to propose a didactic unit based on this type of news, in order to show that the selected material can be a good tool for the teacher to use with students, aiming at a critical literacy. The research methodology consisted of selecting a piece of news, followed by a brief analysis of this material and a subsequent proposal for a didactic unit. For this, we use as a theoretical basis studies on social networks, fake news, authentic materials, reading and critical literacy. With the development of the work, it was possible to notice that the spread of fake news has become a social problem, since news disconnected from reality began circulating very easily. Therefore, it is essential that the teacher of Portuguese as a Foreign Language (PFL) propose activities that promote the critical literacy of learners, using authentic materials that stimulate a reflective process about the most diverse aspects that permeate life in society, among them, the circulation of fake news.

**Keywords:** Fake News; Authentic Materials; Critical Literacy; Portuguese as a Foreign Language (PFL).

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	1
2. O ADVENTO DA INTERNET E AS REDES SOCIAIS	3
3. DOS ANTIGOS BOATOS ÀS ATUAIS <i>FAKE NEWS</i>	6
3.1 Definições e a circulação de notícias falsas	6
3.2 Projeto de Lei nº 2630: Lei das <i>Fake News</i>	10
4. DIDATIZAÇÃO DE MATERIAIS: A AUTENTICIDADE EM VOGA	12
5. LETRAMENTO CRÍTICO	14
6. ASPECTOS METODOLÓGICOS E PROPOSTA DE UNIDADE DIDÁTICA	17
6.1 A seção “Fato ou <i>Fake?</i> ” do G1	17
6.2 Análise de uma mensagem falsa	21
6.3 Unidade didática: Cuidado, <i>Fake News!</i>	23
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	30
8. REFERÊNCIAS	32

## 1. INTRODUÇÃO

As Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDICs) nos trouxeram acesso à informação e oportunidades de expansão do conhecimento. No entanto, as conquistas tecnológicas resultam, também, em alguns problemas referentes, sobretudo, à circulação de informações. Hoje em dia, o advento da internet é algo acessível por uma parte significativa da população brasileira<sup>1</sup>, o que significa que essa parcela da população tem a possibilidade de não só usufruir do que está circulando na web<sup>2</sup>, como também de criar conteúdos.

A facilidade da criação de conteúdos influencia diretamente na propagação das chamadas *fake news*, visto que há grande liberdade para elaborar e disponibilizar na internet informações que não são verdadeiras, que são distorcidas ou, ainda, que não possuem algum tipo de embasamento além da opinião daquele, ou daqueles, que estão divulgando determinado conteúdo. Por conta disso, alguns portais de checagem foram criados para esclarecer para os internautas a veracidade de notícias que circulam na web. Um desses portais é o G1, que possui uma seção intitulada “*Fato ou Fake?*”, da qual lançamos mão como material a ser utilizado na proposta de unidade didática.

Desse modo, este trabalho teve como objetivo geral propor uma Unidade Didática (UD) a partir de materiais autênticos que tratam da temática das *fake news*. Mais especificamente, buscamos: i) descrever algumas estratégias para identificar uma *fake news*, tendo como base as propostas encontradas no portal G1; ii) refletir sobre como esse conteúdo pode ser utilizado como material autêntico na sala de aula de Português Língua Estrangeira (PLE), com o propósito de alertar os alunos sobre as *fake news* que circulam no Brasil, assim como também circulam em outros países.

Para isso, utilizamos como base teórica discussões sobre as seguintes temáticas: *fake news*; redes sociais; materiais didáticos no ensino de Língua

---

<sup>1</sup> Segundo dados do IBGE de 2019, a internet chega a oito em cada dez domicílios do País. Para mais informações, ver: <<https://educa.ibge.gov.br/jovens/materias-especiais/20787-uso-de-internet-televisao-e-celular-no-brasil.html>>. Apesar disso, não há garantia de que o acesso seja de qualidade, sendo, por vezes, apenas pelo celular, por exemplo.

<sup>2</sup> Falaremos um pouco mais sobre esse conceito no próximo capítulo.



Estrangeira (LE) e a importância da autenticidade de materiais nesse âmbito de ensino; além da concepção de Letramento Crítico (LC).

A metodologia utilizada neste trabalho foi de cunho qualitativo. Suas etapas foram compostas por seleção de materiais autênticos que versam sobre *fake news* e análise descritiva desses materiais. Por fim, propomos uma unidade didática utilizando esses materiais com o intuito de exemplificar como o professor de PLE poderia utilizar o conteúdo em sala de aula.

A motivação da nossa pesquisa é pautada, principalmente, na ideia de que informações falsas que circulam no nosso país, atualmente, assim como podem influenciar no modo como os brasileiros agem, também podem influenciar estrangeiros que estão em processo de aprendizagem de PLE. Assim, questionamo-nos sobre como estrangeiros que estão no Brasil lidam com o significativo número de informações falsas que circulam nas redes sociais. Para este trabalho, consideramos, sobretudo, como podem impactar esses alunos as informações falsas presentes em mensagens de *WhatsApp*, um gênero de cunho informativo e, por isso, muito importante para o público em geral, inclusive para estrangeiros que estão residindo no Brasil.

## 2. O ADVENTO DA INTERNET E AS REDES SOCIAIS

O grande avanço das tecnologias nos últimos anos trouxe modificações no cenário interacional virtual. O que antes era predominado pela chamada *web 1.0*, deu lugar para a *web 2.0*. De acordo com Barton e Lee (2013, p. 9) o conceito de *web 2.0* refere-se a “aplicativos baseados na web que permitem aos usuários criar e publicar seu próprio conteúdo online”<sup>3</sup>, tendo, portanto, um caráter mais agentivo. Os autores elucidam ainda que a *web 2.0* abrange “recursos específicos do design do site, como conteúdo autogerado e interatividade, que tendem a ser mais comuns na mídia *mais recente*” (BARTON e LEE, 2013, p. 10).

A proposta da *web 2.0*, em contraponto com a sua antecedente, *web 1.0*, trouxe uma nova forma de comunicação através das redes. Santos (2010) elucida que o significado de redes sociais compreende a conexão entre usuários que possuem os mesmos interesses e que estejam em busca de uma interatividade. As redes sociais, portanto, configuram um espaço comunicativo, no qual os sujeitos que dele fazem parte possuem liberdade para expressarem suas opiniões, relatarem acontecimentos, contarem histórias, repassarem informações etc.

Com o advento da internet, tivemos mudanças nas nossas formas de nos relacionarmos. A interação, que antes se limitava ao contexto *offline*, passou a ter grande espaço no mundo *online* também. Nesse cenário, grande parte da circulação das informações acontece na chamada *web 2.0*, que se refere, entre outros recursos, às redes sociais, que possuem espaço para que seus usuários façam compartilhamentos e gerem seus conteúdos. Assim, os ambientes da *web 2.0* possuem ferramentas de interação como comentários e curtidas (BARTON e LEE, 2013), tornando a internet uma grande plataforma de interação, em que há espaço ativo para seus usuários.

No universo *online* também passou a ser utilizado o conceito de “ciberespaço”, que, segundo Santaella (2004, p. 45), “é todo e qualquer espaço informacional multidimensional que, dependente da interação do usuário, permite a este o acesso, a manipulação, a transformação e o intercâmbio de seus fluxos codificados de informação” (2004, p. 45). Dessa forma, entendemos que o

---

<sup>3</sup> web-based applications that allow users to create and publish their own content online (texto original)

ciberespaço ocupa um lugar macro no mundo das tecnologias de conexão, enquanto as redes sociais fazem parte dele, a nível micro.

Apesar de serem ferramentas de fácil acesso para os usuários, as ferramentas interacionais e informacionais disponíveis na internet precisam ser operadas com prudência, visto que seu uso de forma inapropriada pode ter reflexos sociais muito negativos, como, por exemplo, o *cyberbullying* e a propagação de *fake news*. Por isso, Castells (1999, p. 51) pondera que “as novas tecnologias da informação não são simplesmente ferramentas a serem aplicadas, mas processos a serem desenvolvidos”, destacando a seriedade com que deve ser repensado o seu uso.

O acesso ao ciberespaço e o uso das redes promovem certa autonomia para que cidadãos comuns utilizem a internet de forma independente, não sendo necessários conhecimentos específicos. Todavia, esse fator pode representar uma linha tênue no que diz respeito aos benefícios e aos malefícios que isso pode causar socialmente, uma vez que “a autoria na cibercultura é obra aberta, plástica, móvel e em constante virtualização, ou seja, simulação. Simular é virtualizar, questionar, inventar, criar e testar hipóteses” (SANTOS, 2011, p. 89). Por essa razão, não é incomum que muitos conteúdos superficiais, tendenciosos e/ou falsos acabem circulando nas redes.

A preocupação em relação à circulação de mensagens<sup>4</sup> criadas sem embasamento é a forma como estão sendo (re)criados símbolos na mídia. A partir do momento em que cidadãos, individualmente, ou grupos, produzem determinados conteúdos, é possível dizer que estão (re)criando símbolos na mídia sobre o que está sendo apresentado (LE MOS, 2012). Portanto, nos contextos em que as novas tecnologias são utilizadas de forma inapropriada, presumimos que símbolos também sejam criados dessa maneira, incentivando e propagando explicações que, muitas vezes, influenciam negativamente a sociedade.

O poder da comunicação através das redes sociais torna-se evidente quando percebemos que muitas informações e dinâmicas de trocas informacionais ocorrem pelas redes até mesmo para tratar de assuntos mais sérios e importantes

---

<sup>4</sup> Conforme discutido na próxima Seção, entendemos, neste trabalho, que o conceito de “fake news” se refere a um vasto conteúdo cuja veracidade é comprometida, não necessariamente se vinculando ao gênero notícia. Sendo assim, também utilizaremos termos como “mensagem falsa”/ “mensagem não-autêntica” para nos referirmos a um material falso que circula nas redes sociais.

no âmbito social. Recuero (2009) destaca, em seu livro “Redes Sociais na Internet”, a cobertura da disputa da política estadunidense entre Barack Obama e John McCain realizada por meio do *Twitter*. Colombo (2021) também discute sobre aspectos políticos ao falar sobre as eleições brasileiras de 2018 e *fake news*.

Uma rede social que se tornou protagonista no uso inapropriado para troca de informações e disseminação de mensagens falsas foi o *WhatsApp*. Segundo pesquisa realizada pela DataSenado, em 2019, o *WhatsApp* foi a principal fonte de informação. De acordo com os resultados da pesquisa acerca da frequência em que utilizam os meios de comunicação para se informar, “79% dos entrevistados responderam que utilizam o Whatsapp sempre e 14% o utilizam às vezes” (DATASENADO, 2019, p. 3). Nesse contexto, conforme salienta Madalena (2021, p. 3), com a facilidade atual de divulgar, encaminhar e reencaminhar mensagens, “o WhatsApp se tornou arena de disputas de narrativas, onde todos querem ser especialistas. O debate ficou inviabilizado, a briga para ter razão e para ser transmissor da informação está cada vez mais acirrada”.

Portanto, as redes sociais tornaram-se um inconveniente social no que diz respeito à propagação de mensagens cujas fontes são produtoras coletivas de conhecimentos ilegítimos, que, não dificilmente, passam a ser simbolizados de forma verdadeira devido ao grande fluxo de circulação desses materiais. Por isso, mostra-se fundamental que discutamos sobre a temática das *fake news*, a fim de pensar sobre suas implicações no nível social e, em especial neste trabalho, nos sujeitos estrangeiros que se utilizam desses conteúdos para acessar informações sobre o Brasil e de que forma os professores podem transformar esse material em insumos didáticos críticos para trabalhar com esse público.

### 3. DOS ANTIGOS BOATOS ÀS ATUAIS *FAKE NEWS*

Neste capítulo, refletimos um pouco sobre o conceito de *fake news*, traçando um paralelo com o seu surgimento diante do advento e do avanço das tecnologias nos últimos anos. Para isso, dividimos o capítulo em duas seções: a primeira para trazer algumas definições acerca do conceito de *fake news*, bem como seu surgimento, sua circulação e seu impacto no âmbito social; a segunda, para falar sobre o Projeto de Lei nº 2630, que foi criado como uma alternativa para evitar a propagação de notícias falsas.

#### 3.1 Definições e a circulação de notícias falsas

O termo *fake news* ficou famoso nos EUA principalmente durante as eleições de Donald Trump. Em seguida, a expressão passou a ser utilizada de forma significativa nos últimos anos não só no Brasil, como em todo o mundo, para designar uma informação que está sendo divulgada mas não possui uma base de confiabilidade. Todavia, a percepção ou entendimento de que uma informação não é confiável nem sempre é ponderada pelos internautas. Por isso, há uma grande propagação de mensagens inverídicas e que podem, muitas vezes, resultar em questões sociais complexas.

Não há uma definição única acerca do conceito de *fake news*. Para melhor visualizarmos algumas ideias veiculadas a esse conceito, elaboramos um compilado de definições na tabela 1. A partir da tabela, é possível notar que a noção de *fake news*, é referente, normalmente, a questões não somente da veracidade da informação em si, mas das intenções por trás da sua elaboração e divulgação.

Definições do conceito de *Fake News* (tabela 1)

Autores	Definição	Tradução nossa
<b>Finneman e Thomas (2018, p. 358)</b>	“the intentional deception of a mass audience by non media actors via a sensational communication that appears credible but is designed to manipulate and is not revealed to be false.” (versão original)	Uma atitude de atores não midiáticos de enganar intencionalmente um grande público por meio de uma sensacional comunicação que parece confiável, mas que é projetada para manipular e não para se revelar falsa.
<b>McGonagle (2017, p. 203)</b>	“Fake news” is information that has been deliberately fabricated	<i>Fake news</i> seriam informações deliberadamente fabricadas e

	and disseminated with the intention to deceive and mislead others into believing falsehoods or doubting verifiable facts. (versão original)	disseminadas com a intenção de enganar e fazer com que as pessoas acreditem em falsidades ou duvidem de fatos verificáveis.
<b>Allcott &amp; Gentzkow (2017, p. 213)</b>	“We define “fake news” to be news articles that are intentionally and verifiably false, and could mislead readers.” (versão original)	Artigos de mensagens que são falsos de forma intencional e que podem enganar os leitores.
<b>Brennen (2017, p. 180)</b>	Fake news is made-up news, manipulated to look like credible journalistic reports that are designed to deceive us. (versão original)	<i>Fake news</i> são mensagens inventadas, manipuladas para parecerem reportagens jornalísticas confiáveis e que são projetadas para nos enganar.
<b>Bakir e McStay (2017, p. 1)</b>	“we define fake news as either wholly false or containing deliberately misleading elements incorporated within its content or context.” (versão original)	<i>Fake news</i> são mensagens totalmente falsas ou que possuem elementos deliberadamente enganosos incorporados em seu conteúdo ou contexto.

É importante destacar que a adversidade que paira sob as *fake news* é referente a todos aqueles que estão envolvidos no processo de disseminação de mensagens distorcidas. Nesse cenário, estão incluídos o local em que elas são divulgadas, como plataformas em que foram publicadas, os seus redatores e, como destacamos anteriormente, os indivíduos que espalham esses materiais<sup>5</sup>.

Segundo Gelfert (2018, p. 104, tradução nossa)<sup>6</sup> as “mensagens falsas às vezes podem ser fabricadas a partir de pouca informação e/ou informação rasa, caso em que pode, na melhor das hipóteses, ser acidentalmente verdadeiro [...]”. No entanto, na maioria dos casos, as mensagens apresentam conteúdos distorcidos, equivocados ou ainda escritos de forma a persuadir o leitor. O autor complementa, ainda, que as informações, mais frequentemente, são construídas a partir de uma base falsa, mas acabam sendo promovidas e perpetuadas, não só pelo não conhecimento do conteúdo ser falso, mas também pelo fato de que os leitores, muitas vezes, desejam que aquela informação seja uma verdade (GELFERT, 2018). Desse modo, podemos compreender que, em alguns casos, o

<sup>5</sup> Alguns veículos de informação buscam um alcance significativo de público e acabam sendo criados com o intuito de atrair pessoas ao invés de informar/ noticiar alguma informação verdadeira. Como exemplos de sites assim, temos os que divulgam “fococas” e informações políticas equivocadas e/ou distorcidas.

<sup>6</sup> *fake news* may sometimes be fabricated from thin air, in which case it can at best be accidentally true. More often than not, it is built explicitly around falsehoods (versão original)

espalhamento das *fake news* é incentivado pela percepção dos leitores das mensagens de que seria bom se elas fossem verdadeiras. Por outro lado, ao alertar sobre algo considerado perigoso, podem pensar estar ajudando, prestando uma espécie de serviço.

Budd *et al.* (2020, s/p, tradução nossa)<sup>7</sup> explicam que “[...] a comunicação por meio de plataformas digitais tem potencial para rapidamente alcançar bilhões e estimular a mobilização da comunidade”. Ou seja, a rapidez com que a comunicação na internet acontece impulsiona uma reação mecânica e automatizada, na qual as informações são difundidas, muitas vezes, sem serem verificadas, já que logo em seguida novas mensagens aparecem. Os autores ressaltam, ainda, que, com essa circulação acelerada e equivocada das informações, “[...] os desafios persistem, incluindo o aumento de desinformação potencialmente prejudicial e as desigualdades digitais” (BUDD *et al.*, 2020, s/p, tradução nossa)<sup>8</sup>.

Outro fator que pode induzir que uma gama de informações falsas sejam divulgadas é o que esclarece Cardoso (2021, p. 615): “muitas informações não precisam necessariamente de uma reportagem bem elaborada ou de algum noticiário ou jornal específico para chegar ao conhecimento do público, basta que alguém tenha acesso a um *smartphone* e determinados eventos já viram notícias”. Nesse contexto, há, muitas vezes, uma falsa idealização de que o conhecimento acerca de um determinado conteúdo é sabido pelos leitores, o que os incentiva, também, a espalhar esse conhecimento. No entanto, muitos materiais são noticiados sem pesquisa prévia e/ou sem embasamento científico e, em diversos casos, acabam se tornando verdade para muitos. Algumas mensagens, por exemplo, mesmo sendo verdadeiras, acabam se tornando *fakes*, uma vez que são espalhadas fora de contexto, passando informações equivocadas aos seus leitores.

Como ressaltamos anteriormente, as *fake news* se intensificaram nas eleições dos Estados Unidos, em 2016, em virtude de uma numerosa propagação de notícias inverídicas, especialmente no âmbito político (GELFERT, 2020, p. 85). No Brasil, o termo é utilizado com o próprio estrangeirismo da palavra e também se

---

<sup>7</sup> [...] targeted communication through digital platforms has the potential to rapidly reach billions and encourage community mobilization. (versão original)

<sup>8</sup> Key challenges persist, including the rise of potentially harmful misinformation and digital inequalities. (versão original)

intensificou durante as últimas eleições para presidente do nosso país, em 2018, devido à grande polarização política (DOURADO, 2020).

A política envolve interesses dos partidos e candidatos em busca de aprovação. Isso faz com que as mensagens sejam vistas de uma forma comercializada e lucrativa. Conforme pontua Monteiro (2018, p. 45) “logo, as mensagens sabidamente inverídicas conseguem atrair grande atenção, favorecendo sobremaneira o comércio de anúncios em sites de notícias falsas tornando-se um negócio altamente lucrativo”. Dessa forma, alguns *sites* vestem uma capa de jornalismo sério e acabam disseminando informações que convencem os leitores de que seus conteúdos são verdadeiros, quando, na verdade, não são.

Outro aspecto que incentivou também a grande circulação das *fake news* foi a pandemia da Covid-19. O aumento foi tão significativo que uma outra nomenclatura surgiu para referir-se ao grande fluxo de mensagens falsas que têm saído nas mídias: infodemia. Segundo informações da revista *The Lancet Infectious* (2020, p. 875), Tedros Adhanom Ghebreyesus, diretor-geral da OMS, declarou, na Conferência de Segurança de Munique 2020, que “não estamos apenas lutando contra uma pandemia; estamos lutando contra uma infodemia”<sup>9</sup>

A revista esclareceu, também, que não só as *fake news*, como o que está atrelado a elas, como “desinformação e teorias da conspiração tornaram-se predominantes na era da mídia social e dispararam desde o início da pandemia da COVID-19. Esta situação é extremamente preocupante porque mina a confiança nas instituições e programas de saúde” (THE LANCET INFECTIOUS DISEASES, 2020, p. 875, tradução nossa)<sup>10</sup>. É importante salientarmos que, embora essas informações sejam de fora do nosso país, o reflexo dessa problemática também atinge o Brasil, como poderemos observar no próximo capítulo, que debaterá sobre a necessidade de se criar um projeto de lei que evite a propagação de mensagens não verdadeiras.

---

<sup>9</sup> We’re not just fighting a pandemic; we’re fighting an infodemic,” said Tedros Adhanom Ghebreyesus, WHO’s director-general, at the 2020 Munich Security Conference. (versão original)

<sup>10</sup> Fake news, misinformation, and conspiracy theories have become prevalent in the age of social media and have sky-rocketed since the beginning of the COVID-19 pandemic. This situation is extremely concerning because it undermines trust in health institutions and programmes. (versão original)



### 3.2 Projeto de Lei nº 2630: Lei das *Fake News*

As *fake news* são consideradas como um problema grave na medida em que decisões e comportamentos, sejam eles individuais ou em grupos sociais, podem ser influenciados pelo que é noticiado de maneira equivocada. A temática da circulação de mensagens não verdadeiras ganhou uma proporção tão grande no Brasil que o Congresso Nacional criou um Projeto de Lei em 2020 com o intuito de controlar a situação.

Esse projeto de lei, que recebeu o nº 2630, de 2020, institui “a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet”, conhecida mais popularmente como lei das *fake news*. O objetivo principal dessa iniciativa é conscientizar e evitar resultados negativos que possivelmente vêm acoplados a mensagens falsas, conforme podemos observar no Capítulo I, disposições preliminares, art. 1 da lei: “Art. 1º Esta lei estabelece normas, diretrizes e mecanismos de transparência de redes sociais e de serviços de mensageria privada através da internet, para desestimular o seu abuso ou manipulação com potencial de dar causa a danos individuais ou coletivos.” (BRASIL, 2020, p. 2).

Evitar a circulação de *fake news* vai ao encontro do desejo de uma sociedade democrática, em que seus cidadãos podem fazer suas escolhas a partir de informações cabíveis e válidas acerca do meio social em que vivem. Além disso, o enfrentamento também diz respeito à busca por uma população não alienada, sempre rodeada de desinformação. Assim, o projeto de lei nº 2630 estipula três objetivos, sendo eles:

I - o fortalecimento do processo democrático por meio do combate à desinformação e do fomento à diversidade de informações na internet no Brasil; SF/20561.81089-70; II – a busca por maior transparência sobre conteúdos pagos disponibilizados para o usuário; III - desencorajar o uso de contas inautênticas para disseminar desinformação nas aplicações de internet (BRASIL, 2020, p. 2,3)

Outro ponto importante a ser destacado é a descrição, no projeto, do que é considerado “desinformação”. Segundo o documento, desinformação é um “conteúdo, em parte ou no todo, inequivocamente falso ou enganoso, passível de verificação, colocado fora de contexto, manipulado ou forjado, com potencial de causar danos individuais ou coletivos, ressalvado o ânimo humorístico ou de paródia” (BRASIL, 2020, p. 3). Desse modo, é esclarecido para todos os meios de

comunicação o que se configura como uma mensagem desinformativa, para que não haja imprecisões na sua elaboração e para que não seja falsa.

Um tipo de conteúdo que circula bastante nas redes sociais e que costuma apresentar problemas quanto a sua veracidade são os patrocinados. Assim, é necessário que uma atenção maior seja dada a esse tipo de material. Todavia, de um modo geral, é imprescindível que o uso da internet seja feito de forma responsável. Vemos essa preocupação no Capítulo IV, Art. 25 do projeto de lei:

Art. 25. O cumprimento do dever constitucional do Estado na prestação da educação, em todos os níveis de ensino, inclui a capacitação, integrada a outras práticas educacionais, para o uso seguro, consciente e responsável da internet, incluindo campanhas para evitar a desinformação na internet e promover a transparência sobre conteúdos patrocinados. (BRASIL, 2020. p. 10)

Há, ainda, um reforço dessa ideia no Art. 27, que descreve que “a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios devem promover campanhas para servidores públicos sobre a importância do combate à desinformação e transparência de conteúdos patrocinados na internet” (BRASIL, 2020. p. 10).

O projeto de lei ainda não está em vigor, pois está aguardando a “Constituição de Comissão Temporária pela Mesa”. No entanto, observamos que a intensificação da circulação de *fake news* no nosso país é preocupante e tornou necessário o sancionamento de uma lei para monitorar essa situação. Esse fato envolve aspectos importantes de serem conhecidos por estrangeiros que estão estudando português, pois conhecer a forma como se organiza o país socialmente é um fator fundamental para que o aprendizado da língua seja abrangente, efetivo e crítico.

#### 4. DIDATIZAÇÃO DE MATERIAIS: A AUTENTICIDADE EM VOGA

No ensino de Língua Estrangeira (LE) faz-se necessária a utilização de materiais didáticos que servem como apoio para práticas pedagógicas que auxiliam tanto o professor quanto o aluno. De um modo geral, “o material didático pode ser definido amplamente como produtos pedagógicos utilizados na educação e, especificamente, como o material instrucional que se elabora com finalidade didática” (BANDEIRA, 2009, p. 14), ou seja, é possível que diferentes materiais sejam utilizados para finalidades didáticas.

Dentre as possibilidades de materiais utilizados para fins pedagógicos, temos o chamado “material autêntico”. Esse termo é bastante discutido na literatura e não apresenta um consenso acerca de sua conceituação (ANDRADE e SILVA, 2017, p.2). Desse modo, assumimos como definição de material autêntico aquele que:

não foi adaptado, simplificado ou criado para ser ministrado a alunos de línguas (Berwald, 1986). Muito pelo contrário, é um material que foi escrito ou gravado para um público comum e não especificamente para alunos (Kienbaum et al., 1986) e reflete um contexto situacional e cultural próprio (Rogers e Medley, 1988) (CARVALHO, 1993, p. 118).

De acordo com Franzoni (1991, p. 36) uma preocupação dos professores com os materiais que não são autênticos, isto é, considerados como fabricados e/ou artificiais é que pode, por vezes, deixar de trazer uma autenticidade indispensável para o ensino. A autenticidade do material é um meio que possibilita aos professores se aproximarem, no processo de ensino-aprendizagem, de situações cotidianas.

Berwald (1986, p. 8) reforça, também, um lado negativo de utilizar informações contidas em livros didáticos, por exemplo, pois ainda que esses possuam materiais retirados das mídias, o tempo entre a elaboração do livro e a publicação, em muitos casos, pode ser demorada. Isso influencia na validade e/ou relevância dos materiais autênticos presentes no livro, os quais podem não estar tão atualizados.

Por muito tempo, os livros didáticos eram vistos como protagonistas nas salas de aulas, pois desempenham múltiplas funções, como de orientador, tanto para o professor quanto para o aluno, sobre o conteúdo a ser trabalhado, suporte de atividades para os alunos realizarem e sistematização de diversos tópicos da

língua (CUNNINGSWORTH, 1995). No entanto, o foco no livro didático pode resultar em aspectos problemáticos para o desenvolvimento de um ensino mais abrangente, pois pode acabar limitando o conhecimento e o aprendizado do aluno ao ser utilizado de forma exclusiva, além de corroborar com a perspectiva de que os outros materiais didáticos, como os autênticos que podem se tornar pedagógicos, sejam considerados apenas como acessórios (VILAÇA, 2009, p. 6 e 8).

De acordo com uma pesquisa realizada por Fiscarelli (2007), professores entrevistados esclareceram que a compreensão sobre o que define uma ferramenta de ensino como material didático é ampla, compreendendo que diversos recursos ou mesmo objetos que proporcionam o ensino podem ser contemplados como “material didático”. Desse modo, independente de quais materiais didáticos os professores lançam mão em sala de aula, pode-se dizer que eles, geralmente, “dinamizam a aula, facilitam a aprendizagem, atraem a atenção, mantêm os alunos ocupados, motiva-os, despertando o interesse pela aula” (FISCARELLI, 2007, p. 2).

Os materiais autênticos podem funcionar como uma boa estratégia de aproximação dos alunos da realidade da língua-alvo, propiciando sua participação. Além disso, também podem auxiliar na realização de um ensino que responde às necessidades do aluno acerca do que e do porquê se aprende a língua, promovendo um ensino contextualizado.

A autenticidade dos materiais didáticos é um dos recursos que possibilitam um ensino crítico. Os alunos, enquanto sujeitos sociais e interactantes, precisam ter conhecimentos sobre assuntos atuais da língua que está sendo estudada. Por isso, abordamos um pouco mais o letramento crítico, sobretudo no contexto virtual, no próximo capítulo.

## 5. LETRAMENTO CRÍTICO

É evidente que o avanço tecnológico promoveu recursos significativos para diferentes aprendizados, não sendo diferente com as línguas estrangeiras. Todavia, Kramsch e Andersen (1999) ressaltam que a maior parte dos materiais de multimídia focados no ensino de LE enxerga a língua de modo mais formal, tendo seu foco na estrutura. Assim, ainda que as ferramentas de multimídia auxiliem no aprendizado, proporcionando maior acesso a novos conteúdos, “a linguagem é ensinada como palavras e frases, não como discurso e interação no contexto” (DURANTI e GOODWIN, 1992; SCHIFFRIN, 1994).

Em contrapartida, quando a língua é ensinada de forma contextualizada, o “acesso a uma variedade de tecnologias [...] ajudará os alunos a fortalecer suas habilidades linguísticas e aprender sobre a cultura contemporânea e a vida cotidiana no país de destino”. (American Council on the Teaching of Foreign Languages, [ACTFL], 1996, p. 31), já que, hoje, há uma significativa gama de informações *online*.

No processo de ensino-aprendizagem, promover uma visão crítica no aluno é um aspecto elementar, para que ele faça uso da língua de forma consciente. Nesse viés, a concepção de ensino proposta pelo Letramento Crítico (LC) defende uma conduta ponderada tanto do professor quanto do aluno. O intuito principal do letramento crítico é “o desenvolvimento da consciência crítica” (FREIRE, 1998), ou seja, incentivar nos alunos um olhar reflexivo sobre a língua, o seu próprio aprendizado e o seu lugar naquela sociedade.

Um ensino crítico promove a construção de perspectivas mais reflexivas, incentivando um aprendizado mais consciente. De acordo com Frias Filho (2018, p. 44), “[...] a melhor barreira de proteção da veracidade continua sendo a educação básica de qualidade, apta a estimular o discernimento na escolha das leituras e um saudável ceticismo na forma de absorvê-las”, possibilitando, portanto, uma sociedade mais responsável, inclusive, no combate às *fake news*, conforme destaca o autor. Além de garantir a educação de qualidade, conforme defende Frias Filho (2018), é válido ressaltar que a criticidade do ensino é apropriada para todos os níveis e contextos de ensino, inclusive o de LE.

Conforme mencionamos no capítulo 3.2, sobre o projeto de lei das *fake news*, conhecer e compreender o contexto social da sociedade, como as

motivações para a criação desse projeto de lei, por exemplo, é um fator importante para que seja possível desenvolver uma postura crítica no aprendiz diante daquele meio e ao fazer uso de sua respectiva língua. Rodrigues e Silvestre (2020, p. 407) salientam que “sem uma perspectiva crítica, o ensino intercultural de línguas apenas dará prosseguimento aos interesses modernos/coloniais”, restringindo-se a características culturais gerais e que, muitas vezes, representam a cultura da língua estudada de modo superficial e/ou até mesmo estereotipado.

Além disso, os autores chamam a atenção para o foco da interculturalidade crítica (WALSH, 2009), a qual “enquanto prática sociopolítica, se preocupa com os/as excluídos/as e subalternizados/as pelo sistema capitalista, buscando acima de tudo a transformação das estruturas, instituições e relações sociais” (RODRIGUES e SILVESTRE, 2020, p. 417). Um aspecto relevante a ser considerado é que os aprendizes em imersão são imigrantes no país da língua-alvo e que, por vezes, essa posição é marginalizada socialmente. Assim, a perspectiva da interculturalidade crítica pode ser favorável até mesmo em possível processo de inclusão por parte das comunidades minoritizadas.

O ensino crítico de uma LE requer o desenvolvimento da leitura, uma vez que, através dela, o aprendiz se depara com diversas visões de mundo, da sua cultura e dele mesmo (MOITA LOPES, 1996). Desse modo, a leitura é um elemento fundamental do processo desse tipo de ensino-aprendizagem de LE. Vale ressaltar que apesar de o ensino comunicativo parecer demandar aspectos comunicacionais orais, seu objetivo é ensinar “o que é “significativo”, ou seja, algo que realmente faça sentido para os alunos” (MARCUSO, 2004, p. 3) o que compreende a necessidade da habilidade de leitura.

Para que o aluno tenha acesso a materiais confiáveis e de qualidade, o papel de filtragem do professor mostra-se fundamental. Com o avanço das tecnologias, o volume de informações disponíveis na internet ganhou uma proporção significativa; isso, apesar de ser positivo pelo lado de maior possibilidade de acesso à informação, pode ser negativo por disponibilizar conteúdos imprecisos, como aqueles que se enquadram sob o rótulo de “fakes”. Desse modo, Tavares (2011, p. 134) aborda a “internet como fonte e meio de distribuição de informação” e destaca que “uma busca bem realizada é o melhor ponto de partida e já pode filtrar muitos resultados irrelevantes ou indesejados”.

A construção de um texto é pautada em diversos aspectos, os quais tornam-se fundamentais de serem pensados no momento da leitura para o alcance de sua mensagem e compreensão do objetivo do seu autor ao elaborá-lo. Do mesmo modo, no âmbito do ensino, “a abordagem chamada leitura crítica surge a partir de uma maior preocupação com o contexto, com os aspectos sociais que colaboraram para o surgimento de determinado texto” (TORRES DOS SANTOS e SILVA, 2016, p. 155).

O letramento crítico deve ser pensado como uma oportunidade de colocar o aprendiz em uma posição agentiva, na qual ele se torna protagonista do seu aprendizado. Motoyama *et al.* (2018, p. 37) definem LC como “ação de ler além, sob, sobre e ao redor do texto”, destacando a integralidade proporcionada por esse tipo de ensino, que preconiza uma formação crítica e reflexiva.

Sobretudo no âmbito digital, é exigido tanto do professor quanto do aluno um letramento não só crítico, como, também, multimodal. A concepção dos multiletramentos, proposta por Rojo (2019), esclarece bem essa ideia. A autora define e explica que os multiletramentos seriam

muitos tipos de letramentos que poderiam estar ligados à recepção e produção de textos/discursos em diversas modalidades de linguagem, mas que remetem a duas características da produção e circulação dos textos/discursos hoje - a multisssemiose ou multimodalidade, devidas em grande parte às novas tecnologias digitais e à diversidade de contextos e culturas em que eles circulam (ROJO, 2019, p. 23).

Assim, em um contexto de ensino que considera as novas tecnologias como possíveis ferramentas para encontrar e utilizar materiais autênticos para serem didatizados, tanto o professor quanto o aluno precisam considerar e desenvolver habilidades multimodais, aprendendo novos letramentos que podem propiciar um acesso mais qualificado à informação.

Portanto, a concepção de um ensino crítico no ensino-aprendizado de LE busca refletir sobre temas socioculturais, os quais são levados para sala de aula vislumbrando um desenvolvimento reflexivo e consciente do aprendiz acerca não só da estrutura da língua-alvo que está aprendendo, como do meio social no qual essa língua está inserida. Além disso, os multiletramentos são ferramentas indispensáveis e que colaboram nesse desenvolvimento.

## 6. ASPECTOS METODOLÓGICOS E PROPOSTA DE UNIDADE DIDÁTICA

Esta pesquisa é de natureza qualitativa, a qual “[...] envolve o estudo do uso e a coleta de uma variedade de materiais empíricos (...) que descrevem momentos e significados rotineiros e problemáticos na vida dos indivíduos”(DENZIN e LINCOLN, 2006, p.17).

Como discutimos nos capítulos anteriores, a grande propagação das *fake news* se tornou um problema social. Tendo isso em vista, analisamos uma mensagem falsa, que circulou na internet e que teve sua veracidade verificada no portal do G1, na seção “É fato ou *fake*?”, no ano de 2018, no Brasil, a fim de pensar como esse material autêntico poderia ser didatizado e apresentado para aprendizes do Português Língua Estrangeira com o objetivo de desenvolver o letramento crítico com relação às *fake news*.

A divisão da metodologia foi feita da seguinte forma: na seção 6.1 fizemos uma breve apresentação da seção “Fato ou *fake*”? e de dicas e sugestões propostas pelo próprio portal de notícias do G1 sobre como identificar uma notícia falsa; em seguida, na seção 6.2, analisamos uma mensagem da seção “Fato ou *Fake*” do G1, para refletirmos sobre como esse conteúdo poderia ser levado de uma forma crítica para a sala de aula de PLE; finalmente, na seção 6.3, propusemos uma unidade didática para o contexto de ensino de PLE.

### 6.1 A seção “Fato ou *Fake*?” do G1

Com a expressiva circulação de notícias falsas, alguns *sites* se propuseram a trazer informações a fim de esclarecer a veracidade ou não de informações e/ou mensagens que circulam na internet. Assim, existem, hoje, algumas plataformas de checagem que analisam conteúdos dispostos no ciberespaço<sup>11</sup>. O portal de notícias do G1 foi uma dessas plataformas que desenvolveu uma seção estratégica para tentar reduzir a propagação de informações não fundamentadas.

Conforme vimos no capítulo 3, sobre *fake news*, é comum que o público que acessa essas mensagens as dissemine por fatores diversos, como, por exemplo,

---

<sup>11</sup> Utilizamos neste trabalho a seção “Fato ou *fake*” criada pelo G1, mas salientamos outros sites que se propõem a realizar checagens de mensagens falsas. A *Agência Lupa*, por exemplo, foi a primeira plataforma com essa proposta criada no Brasil. Além dela, há também *Agência Pública - Truco*, *E-Farsas* e *Fake Check*, por exemplo.



manipulação e falta de conhecimento. Nesse contexto, a plataforma G1 criou, em 2018, a seção “Fato ou *fake*?” que, conforme notas do próprio portal, tem como objetivo “alertar os brasileiros sobre conteúdos duvidosos disseminados na internet ou pelo celular, esclarecendo o que é notícia (fato) e o que é falso (*fake*)” (G1, 2018).

Com o intuito de combater a desinformação, o projeto “foi precedido por uma campanha de divulgação em TV, rádio e jornal com o mote *Duvide*” (G1, 2018). Em parte do vídeo<sup>12</sup> divulgado na campanha, os criadores fazem o apelo: “Antes de compartilhar qualquer conteúdo, duvide. E confira, não deixe o *fake* virar *news*”, que é, justamente, o que o projeto se propõe a fazer: avaliar antes de divulgar e espalhar notícias.

A matéria divulgada sobre o projeto explica que a sua metodologia é pautada em um monitoramento das redes sociais por jornalistas, os quais fazem a checagem dos conteúdos, havendo a possibilidade de leitores sugerirem também materiais a serem checados. Destacamos essa última opção, compreendendo sua importância para tornar consciente e estimular o ato do público não só de pesquisar sobre a autenticidade das mensagens, como também de não disseminá-las caso sejam falsas. Após checarem mensagens que estão sendo compartilhadas de modo significativo, os jornalistas buscam maiores informações para averiguar sua veracidade (G1, 2018).

Os desenvolvedores do projeto explicam, ainda, que no processo de checagem, o principal critério é a transparência, ou seja, a explicitação para os leitores acerca de como é feita a investigação da veracidade das mensagens. Mais especificamente, três pilares marcam esse esclarecimento: a transparência das fontes, a transparência de metodologia e a transparência de correções. A proposta é que após as checagens a divulgação final já tenha em seu título a informação acerca da veracidade da mensagem.

Por fim, os idealizadores do projeto elucidam que existem três tipos de “selos” que são utilizados no título da notícia publicada no G1, sendo eles: “fato”, “*fake*” e “não é bem assim”, para que os leitores possam, logo de início, ter informações prévias acerca do seu conteúdo. Quando utilizam o selo “fato” é para indicar que “o

---

<sup>12</sup> O vídeo completo está disponível em: <<https://redeglobo.globo.com//video/antes-de-compartilhar-duvide-6890816.ghtml>>.

conteúdo checado é totalmente verídico e comprovado por meio de dados, datas, locais, pessoas envolvidas, fontes oficiais e especialistas”. Enquanto o selo “fake” aponta que a mensagem analisada “não se baseia em fatos comprovados por meio de dados, datas, locais, pessoas envolvidas, fontes oficiais e especialistas”; o selo “não é bem assim” significa que o conteúdo “é parcialmente verdadeiro, exagerado ou incompleto, exigindo um esclarecimento ou uma maior contextualização para ser totalmente compreendido” (G1, 2018).

Além de noticiar a veracidade de mensagens que circulam na internet, a seção “*Fato ou Fake?*” também traz conteúdos esclarecedores sobre como são realizados esses processos e trazem informações de como esse tipo de conteúdo pode ser verificado. Em um desses conteúdos, Domingos (2019), redator da notícia, apresenta cinco dicas de como chegar uma mensagem falsa. Segundo ele, a primeira delas é verificar a veracidade da foto divulgada juntamente com a mensagem. O jornalista explica que há um recurso que pode ser acionado para que a imagem seja procurada pelo *Google*, sendo assim, é possível identificar outros locais em que ela foi divulgada. Para utilizá-lo, basta clicar com o botão direito do *mouse* em cima da imagem e escolher a opção “Procurar a imagem com o Google” ou “Pesquisar imagem com Lens”.

A segunda dica é verificar se o *tweet* que divulgou uma mensagem é real, quando a mensagem é divulgada por essa rede social. O primeiro passo é observar se o perfil que está publicando a mensagem é de uma conta verificada, ou seja, se possui um símbolo azul que garante a autenticidade do usuário. Além disso, no *twitter* é importante perceber, também, se o @ do usuário corresponde ao nome que é usado no perfil, se a imagem é mesmo do usuário ou de algo vinculado a ele e se as informações na descrição do perfil também dizem respeito a ele. A quarta dica, assemelha-se a essa, porém, para verificar páginas atribuídas a empresas e pessoas no *Facebook*.

A terceira dica, refere-se à verificação de vídeos. Domingos (2019) esclarece que há uma extensão do *Google*<sup>13</sup>, chamada *Fake news debunker by InVID & WeVerify*, na qual é possível colocar o link do vídeo e realizar a verificação. Além

---

<sup>13</sup> A extensão do google pode ser acessada pelo link: <https://chrome.google.com/webstore/detail/fake-news-debunker-by-inv/mhccpoafgdgbhjhkcmgknnndkeenfhe>

dessa opção, também há outros *sites* que oferecem formas semelhantes de verificação. E ainda, outros que disponibilizam o corte do vídeo em *frames*, nos quais as imagens podem ser analisadas detalhadamente.

E a quinta e última dica ajuda a verificar se a informação que está sendo espalhada é atual ou se é uma mensagem antiga que está sendo repassada. O uso dessa estratégia se faz, basicamente, colocando trechos da mensagem duvidosa entre aspas e os inserindo nas lupas de busca da rede em que está sendo procurada. Essa busca mostrará as datas relacionadas com os trechos encontrados<sup>14</sup>.

Outra notícia que também foi divulgada pela seção diz respeito a “como identificar se um conteúdo é falso”. No material, que foi elaborado por diferentes veículos de imprensa<sup>15</sup>, há algumas sugestões para que o leitor não seja enganado por uma mensagem falsa. Dentre elas, foi sinalizado que: não seja lido apenas o título da mensagem, que haja desconfiança de textos alarmistas, que seja conferida a data da publicação, que se tenha cuidado com vídeos, fotos e áudios, que seja conferido se a publicação foi feita por um veículo profissional de imprensa, que sejam consultadas fontes, que as mensagens sejam verificadas antes de compartilhadas e que se note se as informações são vagas, pois isso é um mau sinal<sup>16</sup>.

Portanto, todas as dicas apresentadas pelo G1 e as sugestões acerca de como e do que observar em um conteúdo acessado na internet podem ajudar pessoas que estejam querendo descobrir a veracidade de uma mensagem. No âmbito do ensino de PLE, estas ferramentas de checagem podem promover um ensino crítico, desenvolvendo, conseqüentemente, uma consciência crítica no aluno (FREIRE, 1998). No processo de ensino-aprendizagem, viabilizar a leitura crítica de um material está associado ao fato de levar em consideração a contextualização em que um texto foi criado (TORRES DOS SANTOS e SILVA,

---

<sup>14</sup> Todas essas informações descritas foram retiradas do portal G1 e podem ser acessadas de forma mais detalhada através do link: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2019/04/01/fato-ou-fake-5-dicas-de-como-cheicar-uma-mensagem-falsa.ghtml>

<sup>15</sup> Os veículos que elaboraram foram G1, O Globo, Extra, CBN, Valor, GloboNews, TV Globo e Época.

<sup>16</sup> Essas informações também podem ser acessadas de forma detalhada através do link: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/09/25/fato-ou-fake-saiba-como-identificar-se-um-conteudo-e-falso.ghtml>

2016). Assim, é importante refletir, também, sobre o conteúdo que é compartilhado como *fake news* e o seu impacto no âmbito sociocultural.

## 6.2 Análise de uma mensagem falsa

Selecionamos uma notícia da seção “*Fato ou Fake?*” do G1 que investigou uma mensagem que circula na internet acerca de um suposto aplicativo chamado “*WhastApp Gold*”. Segundo informações compartilhadas na mensagem (figura 1), um vídeo seria lançado pelo aplicativo *WhatsApp* e seria referente a uma espécie de vírus que “*destrói tudo e nada do que você fizer irá consertá-lo*”.

Antes de apresentarmos a notícia esclarecedora do G1, propomos uma breve análise acerca do conteúdo disposto na mensagem. Conforme vimos na seção anterior, podemos acionar algumas ferramentas para investigar a veracidade da informação. Como dito na própria descrição da mensagem, é possível compreender que a informação compartilhada diz respeito à rede social “*WhatsApp*”. Então, poderíamos utilizar a quinta dica que descrevemos na seção anterior, a fim de investigar se a mensagem que está sendo passada é antiga ou atual, usando a lupa em algumas redes e ferramentas de busca colocando trechos da mensagem e/ou a primeira dica, a qual busca verificar em quais outros veículos a imagem foi divulgada.

Figura 1 - “Espalhe, por favor”.



Além disso, também podemos analisar o formato do próprio texto que constitui a mensagem. Algumas questões de escrita nos dão pistas de que essa informação pode ser falsa. O uso repetido do imperativo, como em “Não abra” e “Espalhe”, por exemplo, pode ser uma informação importante no momento de analisar a mensagem, uma vez que as *fake news* são criadas com o intuito de enganar um grande público (FINNEMAN e THOMAS (2018) e de serem deliberadamente fabricadas e disseminadas (MCGONAGLE, 2017). Do mesmo

modo, vemos ao final da mensagem o tom apelativo usado na frase “Espalhe, por favor.”.

De acordo com a notícia veiculada pelo G1 (figura 2), já vemos logo pelo título que o selo utilizado para expressar a veracidade do conteúdo foi “#ÉFAKE”<sup>17</sup>

Figura 2 - É #FAKE mensagem que fala sobre *WhatsApp Gold*.




Na apresentação da notícia, os argumentos utilizados para justificar esse selo são: nas lojas de aplicativos para celulares não existe um aplicativo chamado “*WhatsApp Gold*”; apenas rodar um vídeo não destrói um celular; a assessoria de imprensa do *WhatsApp* Brasil diz que “trata-se de uma mensagem falsa” e a empresa também ressalta o fato de que nunca envia mensagens diretas aos usuários e de que o uso do aplicativo é gratuito. Como orientação, o *WhatsApp* ainda destaca que os usuários sempre desconfiem de mensagens que apresentem erros gramaticais ou de ortografia - como vemos em um momento da mensagem o nome do próprio aplicativo escrito como “WattSapp”.

Outro ponto também explicitado na notícia do G1 é o fato de que não é a primeira vez que a falsa mensagem sobre o suposto vírus “*WhatsApp Gold*” circula na internet. Segundo dados do portal, isso ocorreu em 2016 e o próprio G1, em outra seção “*Tire dúvidas de tecnologia*”, respondeu uma dúvida de uma usuária acerca de uma possível atualização do aplicativo que levaria a uma versão “Gold”. Além desse esclarecimento, fizemos uma breve pesquisa no *Google* sobre o chamado “*WhatsApp Gold*” e notamos que essa mensagem voltou a circular nas redes, tanto em 2021 quanto em 2022, em outros sites.

<sup>17</sup> Para acessar a notícia completa: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/08/14/e-fake-mensagem-que-fala-sobre-whatsapp-gold-e-video-que-pode-destruir-o-celular.ghtml>

### 6.3 Unidade didática: Cuidado, *Fake News*!

A seguir, apresentamos uma proposta de Unidade Didática com a temática das *fake news*. A ideia é demonstrar como os materiais discutidos nas seções anteriores (6.1 e 6.2) podem ser didatizados e utilizados na sala de aula de PLE. Esta Unidade Didática foi criada com base no modelo utilizado pelo Portal do Professor de Português Língua Estrangeira / Língua Não Materna (PPPLE).

<b>UNIDADE</b>
Cuidado, <i>Fake News</i> !
<b>Público-alvo</b>
Estudantes de nível intermediário.
<b>Palavras-chave da aula</b>
<i>Fake News</i> ; Internet; telefone sem fio.
<b>Expectativas/ propostas do processo de ensino-aprendizagem</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Discutir sobre a temática das <i>fake news</i> com os alunos;</li> <li>- Apresentar o Projeto de Lei brasileiro das <i>fake news</i>;</li> <li>- Ensinar os alunos a identificarem uma <i>fake news</i>;</li> <li>- Promover um letramento e uma consciência crítica sobre a nocividade da disseminação de <i>fake news</i>;</li> <li>- Elaboração de uma produção textual sobre o tema discutido.</li> </ul>
<b>Bloco de atividades</b>
<b>Parte I - Conhecendo o tema “Fake News”.</b>
<p style="text-align: center;"><b>Leia o texto abaixo e reflita com base nas questões a seguir.</b></p> <p><b>Texto I</b></p>  <p>The screenshot shows the top navigation bar of the UOL website. It includes a 'CURSOS' menu, the UOL logo, a 'Canais' menu, the 'MUNDO EDUCAÇÃO' logo, a 'Login' and 'Cadastre-se' link, and a search bar with the text 'procurar no site'. Below this is a dark blue navigation bar with links for 'Disciplinas', 'Destaques', 'Pesquisa Escolar', 'Vestibular', 'ENEM', 'Escola Kids', and 'Exercícios', each with a dropdown arrow.</p>

## Fake News

A divulgação de notícias falsas, conhecidas como *fake news*, pode interferir negativamente em vários setores da sociedade, como política, saúde e segurança.



Notícias falsas são compartilhadas, principalmente, em redes sociais.\*

Apesar de parecer recente, o termo *fake news*, ou notícia falsa, em português, é mais antigo do que aparenta. Segundo o dicionário Merriam-Webster, essa expressão é usada desde o final do século XIX. O termo é em inglês, mas se tornou popular em todo o mundo para denominar informações falsas que são publicadas, principalmente, em redes sociais.

### O que significa *fake news*?

Não é de hoje que mentiras são divulgadas como verdades, mas foi com o advento das redes sociais que esse tipo de publicação popularizou-se. A imprensa internacional começou a usar com mais frequência o termo *fake news* durante a eleição de 2016 nos Estados Unidos, na qual Donald Trump tornou-se presidente. *Fake news* é um termo em inglês e é usado para referir-se a falsas informações divulgadas, principalmente, em redes sociais. Na época em que Trump foi eleito, algumas empresas especializadas identificaram uma série de sites com conteúdo duvidoso. A maioria das notícias divulgadas por esses sites explorava conteúdos sensacionalistas, envolvendo, em alguns casos, personalidades importantes, como a adversária de Trump, Hillary Clinton.

### Como funcionam as *fake news*?

Os motivos para que sejam criadas notícias falsas são diversos. Em alguns casos, os autores criam manchetes absurdas com o claro intuito de atrair acessos aos sites e, assim, faturar com a publicidade digital. No entanto, além da finalidade puramente comercial, as *fake news* podem ser usadas apenas para criar boatos e reforçar um pensamento, por meio de mentiras e da disseminação de ódio. Dessa maneira, prejudicam-se pessoas comuns, celebridades, políticos e empresas. É isso o que acontece, por exemplo, durante períodos eleitorais, nos quais empresas especializadas criam boatos, que são disseminados em grande escala na rede, alcançando milhões de usuários. O Departamento de Justiça Americano denunciou três agências russas, afirmando que elas teriam espalhado informações falsas na internet e influenciarem as eleições norte-americanas de

2016. Existem grupos específicos que trabalham espalhando boatos. No entanto, não é fácil encontrar as empresas que atuam nesse segmento, pois elas operam na chamada *deep web*, isto é, uma parte da rede que não é indexada pelos mecanismos de buscas, ficando oculta ao grande público.

Para disseminar informações falsas, é criada uma página na internet. Um robô criado pelos programadores desses grupos é o responsável por disseminar o link nas redes. Quanto mais o assunto é mencionado nas redes, mais o robô atua, chegando a disparar informações a cada dois segundos, o que é humanamente impossível.

Com tamanho volume de disseminação de conteúdos, pessoas reais ficam vulneráveis às *fake news* e acabam compartilhando essas informações. Dessa forma, está criada uma rede de mentiras com pessoas reais.

Como os responsáveis pelas *fake news* atuam, geralmente, em uma região da web que é oculta para a grande maioria dos usuários, não é fácil identificá-los e, conseqüentemente, puni-los.

Adaptado<sup>18</sup> de: <https://mundoeducacao.uol.com.br/curiosidades/fake-news.htm>

#### **Discussão:**

- **De acordo com o texto, o que são “*Fake News*?”**
- **O que você acha das *fake news*?**
- **Como você costuma buscar uma informação?**
- **Você investiga as fontes da notícia para averiguar se são verdadeiras?**
- **Você compartilha notícias sem saber de onde elas surgiram e/ou quem as criou?**
- **Como é a circulação de notícias falsas no seu país? Existem muitas *fake news*?**
- **Você já compartilhou alguma *fake news*?**
- **Você já acreditou em alguma *fake news*? Qual?**

---

<sup>18</sup> As adaptações, tanto nesse texto quanto dos outros selecionados como material nesta UD, se deram a partir de cortes de partes do material, devido à sua extensão e de acordo com o foco de interesse da aula.



## Texto II

# Senado aprova projeto de combate a notícias falsas; texto vai à Câmara

Da Redação | 30/06/2020, 21h27 - ATUALIZADO EM 30/06/2020, 23h10



O presidente do Senado, Davi Alcolumbre, comanda a sessão remota desta terça-feira

Jefferson Rudy/Agência Senado

O Senado aprovou nesta terça-feira (30), em sessão deliberativa remota, o projeto de lei de combate às *fake news*. O [PL 2.630/2020](#) cria a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet, com normas para as redes sociais e serviços de mensagem como *WhatsApp* e *Telegram*. A intenção é evitar notícias falsas que possam causar danos individuais ou coletivos e à democracia. O texto segue para a Câmara dos Deputados.

Segundo Alessandro Vieira, o projeto é uma forma de fortalecer a democracia e reduzir a desinformação e o engano, por meio do combate a informações falsas ou manipuladas nas redes sociais. Entre as principais mudanças estão regras para coibir contas falsas e robôs, facilitar o rastreamento do envio de mensagens em massa e garantir a exclusão imediata de conteúdos racistas ou que ameacem crianças e adolescentes, por exemplo. Além disso, o projeto cria regras para as contas institucionais de autoridades, como o presidente da República, e prevê punições para as plataformas que descumprirem as novas normas.

As novas regras se aplicam às redes sociais e aos aplicativos de mensagem que tenham pelo menos dois milhões de usuários. A lei vale também para redes e aplicativos estrangeiros, desde que ofereçam seus serviços ao público brasileiro. Os provedores menores deverão usar a lei como parâmetro para o combate à desinformação e para dar transparência sobre conteúdos pagos. As normas não atingem as empresas jornalísticas.

Adaptado de: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2020/06/30/aprovado-projeto-de-combate-a-noticias-falsas>

**Discussão:**

- Você já conhecia esse projeto de lei?
- De acordo com o texto II, qual é o objetivo do projeto?
- Quais são as principais mudanças propostas pelo projeto de lei?
- Por que você acha que esse projeto de lei foi criado no Brasil?
- Quem serão as pessoas afetadas por essa lei?

Agora leia os textos a seguir e responda as perguntas abaixo:

**Texto III****Texto IV****Discussão:**

- Sobre o que esses textos estão falando?
- Você conhece a expressão telefone sem fio?
- Qual a relação da expressão “Telefone sem fio” com as *fake news*?
- Quais problemas tanto as *fake news* quanto o telefone sem fio podem trazer?

Parte II - Aprendendo a identificar uma “Fake News”: estratégias.

Leia os textos abaixo e responda às questões a seguir.

**Texto V**

# G1 lança Fato ou Fake, novo serviço de checagem de conteúdos suspeitos

Seção vai identificar as mensagens que causam desconfiança e esclarecer o que é real e o que é falso. Apuração será feita em conjunto por jornalistas de G1, O Globo, Extra, Época, Valor, CBN, GloboNews e TV Globo. Discursos de políticos também serão conferidos. Conheça os princípios e a metodologia.

Por G1

30/07/2018 04h30 · Atualizado há 3 anos



De acordo com a explicação do site, existem três tipos de “selos” que dizem se a notícia é “Fato”, “Fake” ou “Não é bem assim”. A explicação para cada um dos selos é:

- **Fato:** quando o conteúdo checado é totalmente verídico e comprovado por meio de dados, datas, locais, pessoas envolvidas, fontes oficiais e especialistas.
- **Não é bem assim:** quando é parcialmente verdadeiro, exagerado ou incompleto, exigindo um esclarecimento ou uma maior contextualização para ser totalmente compreendido.
- **Fake:** quando não se baseia em fatos comprovados por meio de dados, datas, locais, pessoas envolvidas, fontes oficiais e especialistas.

Fonte: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/07/30/g1-lanca-fato-ou-fake-novo-servico-de-checagem-de-conteudos-suspeitos.ghtml>

## Texto VI

# Fato ou Fake? Saiba como identificar se um conteúdo é falso

Dicas podem ser seguidas para checar se mensagens duvidosas disseminadas na internet ou pelo celular são mesmo uma notícia (fato) ou se são falsas (fake).

Por G1, O Globo, Extra, CBN, Valor, GloboNews, TV Globo e Época

25/09/2018 10h00 · Atualizado há 3 anos



- Não leia só o título
- Desconfie de textos alarmistas
- Confira a data da publicação
- Tenha cuidado com vídeos, fotos e áudios
- Confira a publicação em um veículo profissional de imprensa
- Consulte fontes

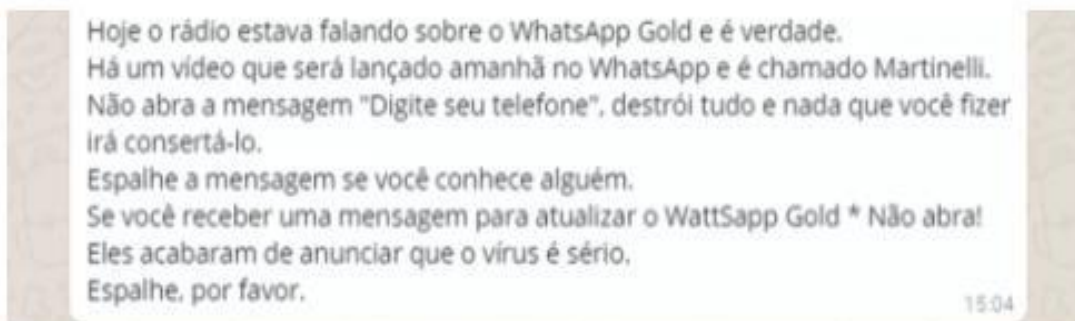
- Verifique antes de compartilhar
- Informações vagas são mau sinal

### Parte III - Identificando uma “Fake News”.

Agora que você já sabe o que são as *fake news*, vamos ver se você sabe identificar uma notícia falsa?

**Observe o texto abaixo e responda às questões a seguir.**

#### Texto VII



- 1) Qual selo proposto pelo G1 você daria para o texto VII?
  - ( ) #ÉFAKE
  - ( ) #NÃOÉBEMASSIM
  - ( ) #ÉFATO
- 2) Justifique a escolha da resposta anterior retirando partes do texto que comprovem o selo escolhido.
- 3) Qual dos itens do texto VI poderiam ser usados para alertar o leitor do texto VII?
- 4) Você compartilharia essa mensagem do texto VII? Por quê?

### Parte IV - Produção textual “Compreendendo, identificando e se conscientizando sobre *Fake News*”.

#### Atividade:

Agora é sua vez! Imagine que você tem um blog dedicado às tecnologias digitais e que tem percebido que seus leitores têm dúvidas sobre como identificar uma *fake news*. Crie um texto falando um pouco sobre a temática das *fake news*, explicando o significado desse conceito, divulgando a criação do projeto de lei e informando estratégias que podem auxiliar na identificação de uma mensagem falsa.

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho buscou discutir o impacto das tecnologias digitais, bem como das redes sociais na divulgação de informações na sociedade. Para isso, refletimos sobre o que são as *fake news*, o contexto em que surgiu esse termo e a repercussão que teve, não só no Brasil como no mundo. Apresentamos, também, o projeto de lei nº2630, que trata de um plano de ação para combater a disseminação desse tipo de notícia.

Buscamos entender o significado de *fake news* e conhecer algumas de suas definições. As mensagens falsas, muitas vezes, apresentam-se envolvidas por recursos que buscam ocultar a sua não veracidade, uma vez que, conforme os autores descrevem, um dos focos principais dos sujeitos que criam esse tipo de conteúdo é manipular e enganar (MCGONAGLE, 2017; FINNEMAN e THOMAS, 2018; BRENNEN, 2017) seus leitores. A grande preocupação da circulação dessas notícias é o resultado que ela pode ter socialmente, uma vez que elas naturalmente podem influenciar no comportamento dos sujeitos.

Alinhado às *fake news* refletimos sobre materiais didáticos, mais especificamente os autênticos, os quais circulam na sociedade, inclusive na internet, e, apesar de não terem sido criados exatamente para fins didáticos, podem ser um meio de levar questões do cotidiano para sala de aula, auxiliando no ensino dos aspectos socioculturais para os aprendizes de PLE.

Outro aspecto que reforça que os materiais autênticos são fundamentais no ensino de PLE é que eles podem promover um ensino que abrange diversos aspectos da língua e da cultura que estão sendo estudadas, bem como seus variados contextos e formas de uso, além de estarem atualizados quanto aos aspectos linguístico-culturais que surgem naturalmente na comunicação, bem como expressões e neologismos. Esse cenário pode despertar interesse nos aprendizes, fazendo com que eles se tornem críticos e protagonistas de seus aprendizados.

Desse modo, constatamos a imprescindibilidade dos materiais autênticos nas aulas de PLE, sobretudo as que compreendem esse contexto de ensino a partir da perspectiva crítica. Nesse contexto, enfatizamos, portanto, a relação da autenticidade dos materiais e do letramento crítico, visto que a partir de materiais

disponíveis na internet é possível demonstrar para os alunos aspectos da língua-alvo e da cultura de forma contextualizada, fazendo-os perceber a língua de forma crítica.

A metodologia do trabalho foi de natureza qualitativa e composta por dois momentos. O primeiro foi uma análise descritiva da seção “*Fato ou Fake?*” do G1 e de uma mensagem checada por essa seção. O segundo foi a elaboração de uma proposta de unidade didática, na qual utilizamos materiais desenvolvidos pelo G1 que versam sobre *fake news* e reportagens do UOL e do *site* do Senado, propondo como esses materiais poderiam ser utilizados na sala de aula de PLE.

No próprio processo de seleção do material analisado foi possível perceber a importância da investigação no que diz respeito à informação, visto que há vários veículos falando sobre os mesmos aspectos e fazendo diversas afirmações. Desse modo, constatamos a importância, também, de que o professor desenvolva um olhar criterioso nesse processo, pois a forma como o material chega aos alunos pode interferir tanto na sua interpretação quanto no modo como ele aprenderá a pesquisar sobre o que tiver interesse.

Portanto, nosso intuito foi refletir sobre a importância de ser um leitor crítico diante das mensagens que circulam na internet. Além disso, destacamos como materiais autênticos podem ser ricos no ensino de PLE, trazendo questões socioculturais e propiciando um processo de ensino-aprendizagem da língua que seja crítico e efetivo para os alunos.

## 8. REFERÊNCIAS

ALCOTT, H; GENTZKOW, M. Social Media and Fake News in the 2016 Election. **Journal of Economic Perspectives**, v. 31, n. 2, 2017, p. 211-236. Disponível em: <<https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jep.31.2.211>>. Acesso em: 15 set. 2021.

AMERICAN COUNCIL ON THE TEACHING OF FOREIGN LANGUAGES. **Standards for foreign language learning**: Preparing for the 21st Century. Yonkers, NY: Author, 1996.

ANDRADE e SILVA, M. K. - Autenticidade de materiais. **Pandaemonium**, São Paulo, v. 20, n.31, 2017, p.1-29. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/pg/a/WqBfXR3wQZgrdRGXSHmSZQb/?format=pdf&lang=pt>>. Acesso em: 10 set.2021.

BAKIR, V. MCSTAY, A. “Fake News and the Economy of Emotions: Problems, Causes, Solutions,” **Digital Journalism**. v. 6, 2018, p.154-175. Disponível em:<<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2017.1345645>>. Acesso em: 10 set. 2021.

BANDEIRA, D. **Material didático**: conceito, classificação geral e aspectos da elaboração. Curso de Materiais didáticos para smartphone e tablet. Curitiba, IESDE, 2009, p. 13-33. Disponível em:<<http://www2.videolivriaria.com.br/pdfs/24136.pdf>>. Acesso em: 18 set. 2021.

BARTON, D.; LEE, C. **Language Online**: Investigating Digital Texts and Practices. Routledge, London, 2013.

BERWALD, J. P. **Au courant**: Teaching French Vocabulary And Culture Using the Mass Media (Language in Education: Theory and Practic), Centre for Applied Linguistics, Washington, D. C. 1986.

BRASIL. **PROJETO DE LEI Nº 2630, DE 2020**. 2020. Disponível em: <<https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=8110634&ts=1612303001672&disposition=inline>>. Acesso em 12 ag. 2021.

BRENNEN, B. “Making Sense of Lies, Deceptive Propaganda, and Fake News,” **Journal of Media Ethics**. v.32, nº 3, 2017, p. 179-186. Disponível em:<<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/23736992.2017.1331023>>. Acesso em: 30 set. 2021.

BUDD, J. *et al.* Digital technologies in the public-health response to COVID-19. **Nature Medicine**. v. 26, 2020, p. 1-10. Disponível em:<<https://doi.org/10.1038/s41591-020-1011-4>>. Acesso em: 20 out. 2020.

CARDOSO, D.V. O impacto das “Fake news” na educação dos jovens no Brasil. **Revista Ibero-Americana de Humanidades**, Ciências e Educação. São Paulo, v.7.n.6. jun. 2021, 614-6215. Disponível em: <<https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/1417/611>>. Acesso em: 15 out. 2021.

CARVALHO, A.A.C.C.A.S. Materiais autênticos no ensino de Línguas estrangeiras. **Revista Portuguesa de Educação**. v. 6, nº2, 1993, p.117-124. Disponível em:<<https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/518/1/1993%252c6%25282%2529%252c117-124%2528AnaAmeliaAmorimCarvalho%2529.pdf>>. Acesso em 10 out. 2021.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

COLOMBO, R. Teorias da conspiração e fake news: o mito do Complô em boatos das eleições brasileiras de 2018. In: SOUSA, J.P. **Jornalismo e estudos midiáticos/ memória IV**. Porto: Publicações Fundação Fernando Pessoa, 2029, p. 81-100.

CUNNINGSWORTH, A. **Choosing your coursebook**. Oxford: Heinemann. 1995.

DATASENADO. Redes Sociais, Notícias Falsas e Privacidade de Dados na Internet. 2019.

DENZIN, N.; LINCOLN, Y. S. e colaboradores. **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, [2003] 2006.

DOURADO, T.M.S.G. **Fake news na eleição presidencial de 2018 no Brasil**. Universidade Federal da Bahia. (Tese de doutorado), 2020.

DURANTI, A.; GOODWIN, (Eds.). **Rethinking context: Language as an interactive phenomenon**. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 1992.

FINNEMAN, T., THOMAS, R. J. A family of false- hoods: Deception, media hoaxes, and fake news. **Newspaper Research Journal**, v. 39, nº3, 2018, p. 350–36. Disponível em:<<https://sci-hub.se/https://doi.org/10.1177/0739532918796228>>. Acesso em: 15 set. 2021.

FISCARELLI, R. B. O. Material didático e prática docente. **Revista Ibero Americana de Estudos em Educação**, v. 2, n. 1, 2007, p. 31-39. Disponível em: <<https://periodicos.fclar.unesp.br/iberoamericana/article/view/454>>. Acesso em: 20 out. 2021.

FRANZONI, P. **Nos bastidores da "comunicação autêntica"**: uma reflexão em Linguística Aplicada. Dissertação de Mestrado. Campinas, Unicamp, 1991. Disponível em:<<http://repositorio.unicamp.br/jspui/handle/REPOSIP/269698>>. Acesso em: 15 set. 2021.



FREIRE, P. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários para a prática educativa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1998.

FRIAS FILHO, O. O que é falso sobre fake news. **Revista USP**, n. 116, 2018, p. 39-44. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/146576>>. Acesso em: 25 out. 2021.

G1. **Antes de compartilhar, duvide**. 2018. Disponível em: <<https://redeglobo.globo.com//video/antes-de-compartilhar-duvide-6890816.ghtml>>. Acesso em: 25 out. 2021.

G1. **Fato ou Fake: 5 dicas de como checar uma mensagem falsa**. 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2019/04/01/fato-ou-fake-5-dicas-de-como-checar-uma-mensagem-falsa.ghtml>. Acesso em: 25 out. 2021.

G1. **Fato ou Fake? Saiba como identificar se um conteúdo é falso**. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/09/25/fato-ou-fake-saiba-como-identificar-se-um-conteudo-e-falso.ghtml>. Acesso em: 25 out. 2021.

G1. **É #FAKE mensagem que fala sobre WhatsApp Gold e vídeo que pode destruir o celular**. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/08/14/e-fake-mensagem-que-fala-sobre-whatsapp-gold-e-video-que-pode-destruir-o-celular.ghtml>. Acesso em: 25 out. 2021.

GELFERT, A. **Fake News: A Definition**. In: STEVENS, K. BAUMTROG, M, D. Special Issue: Reason and Rhetoric in the Time of Alternative Facts, v. 38 n<sup>o</sup>. 1, 2018, p.84–117. Disponível em:<[https://informallogic.ca/index.php/informal\\_logic/article/view/5068](https://informallogic.ca/index.php/informal_logic/article/view/5068)>. Acesso em: 10 set. 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, [IBGE]. **Uso de internet, televisão e celular no Brasil**. Disponível em: <<https://educa.ibge.gov.br/jovens/materias-especiais/20787-uso-de-internet-televisao-e-celular-no-brasil.html>>.#subtitulo-0>. Acesso em: 20 out. 2021.

KRAMSCH, C. ANDERSEN, R.W. Teaching text and context through multimedia. **Language Learning & Technology**. v2, n<sup>o</sup> 2, 1999, p. 31-42. Disponível em:<<http://llt.msu.edu/vol2num2/article1/>>. Acesso em: 15 out. 2021.

LEMOS, R. **Futuros possíveis**. Editora Sulina, 2012.

MADALENA, A. C.C. WhatsApp, compartilhamento de notícias e fake news: um estudo teórico. **Revista Discente UNIFLU**, v. 2, n. 1, 2021, p. 1 -20.

MARCUZZO, P. O papel da leitura crítica no ensino de inglês como língua estrangeira. **Linguagens & Cidadania**, v. 6, n. 2, jul./dez., 2004. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/LeC/article/view/28981>>. Acesso em: 25 out. 2021.

MCGONAGLE, T. 'Fake news': False fears of real concerns. **Netherlands Quarterly of Human Rights**, v. 35, nº4, 2017, p. 203–209. Disponível em: <<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0924051917738685>>. Acesso em: 25 set. 2021.

MOITA LOPES, L. P. **Oficina de Lingüística Aplicada**: a natureza social e educacional dos processos de ensino/aprendizagem de línguas. Campinas: Mercado de Letras, 1996.

MONTEIRO, D.G. Contribuições do documentário privacidade hackeada para o combate das fake news no Brasil. **Direito Izabela Hendrix** – Belo Horizonte, vol. 21, nº 21, 2018.

MOTOYAMA *et al.* Letramento crítico: as relações de causa e consequência aprimorando a leitura, a compreensão e a produção de textos. **Letras & Letras**, Uberlândia, v. 34, nº1, 2018, p. 67-94. Disponível em: <10.14393/LL63-v34n1a2018-4>. Acesso em 25 out. 2021.

MUNDO EDUCAÇÃO. **Fake News**. Disponível em: <https://mundoeducacao.uol.com.br/curiosidades/fake-news.htm>. Acesso em 25 jan. 2022.

PPPLE. Portal do Professor de Português Língua Estrangeira/ Língua não materna. Disponível em: <https://ppple.org/o-portal>. Acesso em: 20 fev. 2022.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulinas, 2009.

RODRIGUES, M.D.; SILVESTRE, V.P.V. Interculturalidade crítica e educação linguística. **Cadernos de Gênero e Diversidade**. v. 06, nº 03, 2020, p. 407-429. Disponível em: <<https://portalseer.ufba.br/index.php/cadgendiv>>. Acesso em: 15 out. 2021.

ROJO, Roxane; MOURA, Eduardo. **Letramentos, mídias, linguagens**. São Paulo: Parábola, 2019.

SANTOS, E. A cibercultura e a educação em tempos de mobilidade e redes sociais: conversando com cotidianos. In: FONTOURA, H.A; SILVA, M. (orgs). **Práticas Pedagógicas, Linguagem e Mídias**: desafios à Pós-graduação em Educação em suas múltiplas dimensões. Rio de Janeiro: ANPED Nacional, 2011, p. 75 - 98.

SANTAELLA, L. **Navegar no ciberespaço**: o perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulus, 2004.

SANTOS, Edméa. Educação online como um fenômeno da cibercultura. In: SILVA, M. et al. **Educação online**: cenários, formação e questões didático-metodológicas. Rio de Janeiro: Editora Wak, 2010, p. 29-48.

SCHIFFRIN, D. **Approaches to discourse**. London: Basil Blackwell, 1994.

AGÊNCIA SENADO. **Senado aprova projeto de combate a notícias falsas; texto vai à Câmara.** Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2020/06/30/aprovado-projeto-de-combate-a-noticias-falsas>. Acesso em: 15 jan. 2022.

THE LANCET INFECTIOUS DISEASES. **The COVID-19 infodemic.** Vol. 20, Issue 8, 2020, p. 875.

TAVARES, K. Usos da Internet no ensino-aprendizagem de leitura: sugestões de portos e rotas para o professor-navegador. In TAVARES, K.; BECHER, S.; FRANCO, C. (Org.) **Ensino de Leitura: fundamentos, práticas e reflexões para professores da era digital.** Rio de Janeiro: Faculdade de Letras da UFRJ, 2011, p. 132-150.

TORRES DOS SANTOS, D.; SILVA, T. C. A leitura em materiais didáticos de PLE. In: RIBEIRO, A. do A. **Ensino de português do Brasil para estrangeiros: internacionalização, contextos e práticas.** Rio de Janeiro: Epublik, 2016, p.152-166.

VILAÇA, M.L.C. O material didático no ensino de Língua Estrangeira: definições, modalidades e papéis. **Revista Eletrônica do Instituto de Humanidades**, v. 7, nº 30, 2009, p. 1-14. Disponível em: <<http://publicacoes.unigranrio.edu.br/index.php/reihm/article/view/653/538>>. Acesso em: 12 out. 2021.

WALSH, Catherine. Interculturalidade crítica e pedagogia decolonial: in-surgir, re-existir e re-viver. In. CANDAU, V. M. (Org.). **Educação intercultural na América Latina: entre concepções, tensões e propostas.** Rio de Janeiro: 7 Letras, 2009. p. 12-43.