



PROJETO

# Fake News

FAZEM MAL  
À SAÚDE E AO  
MEIO AMBIENTE

## “FAKE NEWS FAZEM MAL À SAÚDE E AO MEIO AMBIENTE”

Projeto cultural e interativo sobre educação midiática nas áreas da ciência, saúde e meio ambiente onde apresenta grandes impactos. o projeto é composto de **miniexposição itinerante, exposição online e oficina online de letramento digital.**

A educação midiática visa formar as pessoas para que possam navegar nas redes digitais e diversas mídias com consciência e senso crítico, sabendo diferenciar fatos de opiniões e produzir e compartilhar mensagens com responsabilidade. ela se refere à ampliação das capacidades para se relacionar não apenas com “a mídia”, no singular, como nos referimos à imprensa (conjunto de veículos de comunicação jornalísticos), mas com as mídias no plural: todos os canais (ou meios) pelos quais é possível transmitir informações ou mensagens para grandes audiências. podem ser sites, livros, revistas, rádio, tv, fotografias, filmes e músicas ou mesmo panfletos e embalagens.



Promover educação midiática de forma lúdica, virtual, acessível e interativa, estimulando reflexões e aprendizados sobre ciência, saúde e meio ambiente entre públicos de diferentes idades e territórios;

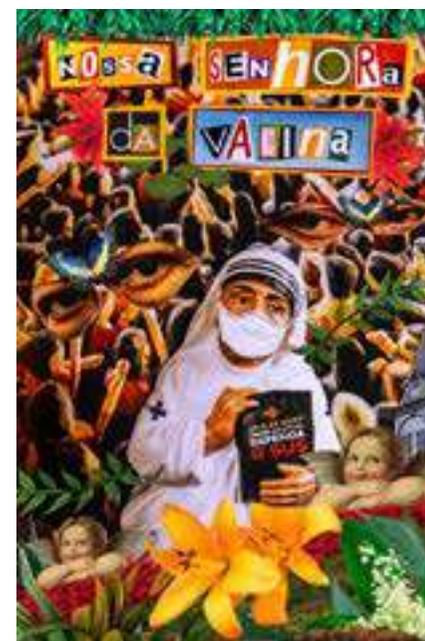
## Objetivos

Contribuir para uma transformação prática na forma como as pessoas consomem e disseminam notícias, a partir de uma mensagem simples, fácil absorção;

Trabalhar em parceria na formatação do projeto com profissionais da saúde, meio ambiente e jornalistas para oferecer orientações sobre como lidar com a desinformação.

O visitante poderá percorrer “O CAMINHO DA NOTÍCIA”, fazendo uma jornada interativa construída a partir de conteúdo multimídia, com vídeos, cartuns, fotografias e jogos físicos, o visitante será estimulado a se questionar e refletir sobre o modo que consome informação.

A **promoção da educação midiática é um desafio que deve ser encarado coletivamente**, unindo forças em defesa da ciência e do jornalismo, o Projeto se propõe a desenvolver um projeto educativo e cultural que contribua para uma transformação prática na forma como as pessoas consomem e disseminam notícias. A partir de roteiro lúdico, interativo e com mensagens simples, o projeto visa **evidenciar que o caminho da notícia depende de cada um de nós**, além de difundir informações qualificadas sobre saúde, tratamento, vacina e prevenção, meio ambiente e urgência climáticas.



Colagem de Nay Jinkss



Tirinha de André Dahmer

Exposição online

Exposição física

**ACESSO**

## Gratuito e Acessível

**AÇÕES**

2 webinários

**DURAÇÃO**

Permanente

3 meses

**PÚBLICO**

Não há limites de acessos simultâneos

Visitantes e grupos de até 10 pessoas por vez

Crianças, adultos, idosos, famílias de todo o Brasil.

As atividades oferecidas pelo projeto serão gratuitas e abertas a toda população, não havendo qualquer restrição ao acesso, relacionada à faixa etária, classe social, escolaridade ou quaisquer outros fatores.

O roteiro da visitação é um caminho com a notícia, uma jornada interativa construída a partir de trabalhos artísticos com vídeos, jogos, cartuns e fotografias.

A ideia é oferecer uma experiência artística e interativa em que, a cada novo passo da jornada, o visitante seja estimulado a se questionar e refletir sobre como consome informação.

## Proposta das questões

**1** Mensagem escolhida

**2** Como as mensagens chegam até você? Reflita.

**3** Qual foi a sua reação inicial?

**4** O que você sentiu pelas pessoas envolvidas?

**5** Será que a mensagem está correta?

**6** "Pô, mas tem foto e vídeo, como não acreditar?"

**7** Ainda está com dúvida? Peça ajuda!

**8** Compartilhar com quem, como, onde?

**9** Quem faz o caminho da mensagem é você!

Ao longo do caminho, serão disponibilizadas ferramentas e referências para que o visitante possa aprofundar a reflexão.

# JORNADA "O CAMINHO DA NOTÍCIA"

**1**

## **Escolha sua mensagem**

Temas abordados: Conjunto de mensagens reais e falsas sobre descobertas científicas e mensagens que reforçam preconceitos e desigualdades. Serão selecionados exemplos considerando a saúde como eixo transversal (para além da ausência de doença, saúde como estado de completo bem-estar físico, mental e social)

**2**

## **Como essa mensagem chegou até você?**

Temas abordados: o que chega até você já passou por um filtro – como funcionam algoritmos, bolhas, valor dos nossos dados (e informações sobre nosso comportamento) para as empresas, anúncios, etc. Tecnologias não são neutras.

**3**

## **Qual foi a sua reação inicial?**

Pesquisas antigas, lá de 1957, já mostravam que temos a tendência de aceitar informações compatíveis com as nossas crenças. Assim como os canais não são neutros, nós também não somos! E vemos o mundo por meio de uma lente, que filtra os conteúdos a partir da nossa visão de mundo, nossos preconceitos, interesses e vieses inconscientes. Abordar importância de treinar a escuta (e como nosso contexto nos faz desaprender a escutar)

# JORNADA "O CAMINHO DA NOTÍCIA"

4

## O que você sentiu pelas pessoas envolvidas?

Compaixão, indignação, raiva, empatia? Abordar o crescimento dos discursos de ódio e a importância de construir redes mais saudáveis (referência do Redes Cordiais: [www.redescordiais.com.br](http://www.redescordiais.com.br)).

E fique esperto: a notícia é ultrajante? Ou te deixa zangado? Provavelmente estão tentando manipular você. Fake news comumente apelam para as emoções.

5

## Será que a mensagem está correta?

### Momento de abordar a checagem de fatos.

Momento de abordar a checagem de fatos.

- Abra o link – não adiantar ler só o título!
- Confira a data: o texto é ou não recente?
- Bora entender melhor essa história: jogue no Google! A mesma notícia aparece em outros sites? São sites jornalísticos, escritos por profissionais que apuram as informações, pesquisam e consultam fontes diversas? Se o texto não identifica quem escreveu e não diz de onde tirou os dados, tem coisa estranha...

6

## “Pô, mas tem foto e vídeo, como não acreditar?”

Muitas imagens são usadas de forma descontextualizada para nos manipular. É comum que postagens falsas usem fotos antigas como se fossem atuais ou em contextos errados. Uma foto em outro país pode estar sendo divulgada como sendo no Brasil, por exemplo. Com o Google Imagens, é possível procurar se a imagem que estão compartilhando já apareceu antes em outros sites. Abordaremos também deep fakes e manipulação de fotos e vídeos.

# JORNADA "O CAMINHO DA NOTÍCIA"

**7**

## **Ainda está com dúvida? Peça ajuda!**

Abordar serviços de checagem de fatos, robô Fátima e afins.

**8**

## **Compartilhar com quem, onde, como?**

Abordar bom senso no uso das redes: grupos de whatsapp para diferentes fins. Importância de estimular que outras pessoas sejam responsáveis com as informações, avisar (de forma amigável e construtiva) quando alguém compartilhar notícias falsas.

**9**

## **Quem faz o caminho da mensagem é você**

Refaça esse caminho diariamente: consumir informação criticamente é um exercício diário e constante, que vale muito a pena!) O caminho da notícia depende de você. A todo o momento tomamos decisões sobre as informações que consumimos e que disseminamos, e isso gera um impacto na sociedade. Por isso precisamos entender esse nosso poder, e usá-lo com responsabilidade e senso crítico. Se a informação nos dá autonomia/empodera, a desinformação nos retira essa autonomia/desempodera.

**CAMINHO DA NOTÍCIA DEPENDE DE CADA UM DE NÓS, ALÉM DE DIFUNDIR INFORMAÇÕES QUALIFICADAS SOBRE SAÚDE, VACINA, PREVENÇÃO, MEIO AMBIENTE E URGÊNCIA CLIMÁTICAS.**



Tela expo online

## Ações:

### 2 webinários

sobre temas relacionados a exposição

# Exposição online

“O CAMINHO  
DA NOTÍCIA”

## FERRAMENTAS DE ACESSIBILIDADE



libras



audiodescrição



legenda



braille

# Miniexposição física

## “O CAMINHO DA NOTÍCIA”

O VISITANTE FARÁ UMA JORNADA INTERATIVA CONSTRUÍDA A PARTIR DE CONTEÚDO MULTIMÍDIA, VÍDEOS, CARTUNS, FOTOGRAFIAS E JOGOS. A CADA NOVO PASSO, O VISITANTE SERÁ ESTIMULADO A SE QUESTIONAR E REFLETIR SOBRE O MODO QUE CONSOME INFORMAÇÃO.



# CONTRAPARTIDAS DE PATROCÍNIO

## ○ VISIBILIDADE DA MARCA

Chancela de cota exclusiva para  
PATROCINADOR APRESENTA  
Espaço para fala institucional na abertura  
da exposição

## ○ INSERÇÃO DA LOGO

Postagens nas redes sociais do projeto;  
Exposição online;  
Anúncios em mídias pagas;  
Camisa da equipe da inauguração;  
Painel de créditos, convites e banners

## ○ CITAÇÃO NA IMPRENSA

Citação em entrevistas para rádios e Tvs;  
Citação release do projeto para portal de  
notícias, blogs, revistas e jornais

## ○ BENEFÍCIOS DIGITAIS

Postagem especial nas redes sociais  
do projeto;  
Exposição online do projeto;

## ○ DESDOBRAMENTO

Agendamento de visitas exclusivas  
para colaboradores e convidados do  
patrocinador.

## ○ AÇÕES CONJUNTAS

Indicação de locais para a realização  
(praças e parques)

## ○ FEEDBACK

Relatório de Impacto, incluindo  
métricas de participação, alcance de  
marketing, retorno dos visitantes;

Projeto alinhado com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ONU), que vislumbram um futuro equitativo, inclusivo, pacífico e ambientalmente sustentável para todos.

**“FAKE NEWS FAZEM MAL À SAÚDE E AO MEIO AMBIENTE”**



# Ficha técnica

## *Curadoria*

**Luisa Massarani** é jornalista (PUC/RJ), doutora em gestão, educação e difusão em biociências (UFRJ) e mestre em ciência da informação (IBICT). realiza atividades de pesquisa e práticas em divulgação científica desde 1987, coordena o instituto nacional de comunicação pública em ciência e tecnologia e o mestrado acadêmico em divulgação da ciência, tecnologia e saúde ambos sediados na fiocruz.

## *Pesquisa*

**Renata Saavedra** é jornalista e historiadora, doutora em comunicação e cultura (UFRJ), mestre em história (UNIRIO), pós-graduada em sociologia urbana (UERJ) e em gênero e sexualidade (UERJ). atua com pesquisa e comunicação com temas na área de cultura e gênero, no âmbito acadêmico e no terceiro setor.

## *Coordenação Geral, Expografia e Produção Executiva*

**Folguedo** desde 2005, atua com educação, cultura, arte e ciência, criando experiências inovadoras e acessíveis que misturam expografia, cenografia, design, tecnologia e conteúdo criativo. Com mais de 60 projetos realizados para exposições, ações, eventos, festivais, museus, marcas, sites, sinalização e humanização de espaços, o estúdio atua desde a conceituação até o produto final, em projetos autorais ou em parceria com clientes.

 [www.folguedo.com.br](http://www.folguedo.com.br)

[folguedo.com.br](http://folguedo.com.br)

[contato@folguedo.com.br](mailto:contato@folguedo.com.br)

