

ATIVIDADE DOMICILIAR

PCA – Letramento Digital e Midiático · 3º BIMESTRE

ALGORITMO, IDENTIDADE DIGITAL E DESINFORMAÇÃO

Síntese dos Eixos 1 e 2 · Turmas: 2º B e 3º A · Prof. Ulysses Cesar

Estudante: _____ Turma: _____ Data de entrega: ____/____/____

ORIENTAÇÕES

Esta atividade cobre o conteúdo do bimestre e vale nota de Atividades de Sala.

Leia a PARTE 1 (teoria) antes de resolver a PARTE 2 (exercícios). A teoria traz tudo o que é necessário para responder.

Responda com caneta, no próprio material, ou em folha separada identificada.

Consulta ao material é permitida. Cópia entre colegas não é: respostas idênticas serão desconsideradas.

Entrega até a data indicada acima, impressa ou por e-mail ao professor.

PARTE 1 · TEORIA

Leia com atenção. Tudo o que você precisa para responder está aqui.

1. Economia da atenção

Aplicativos gratuitos não vendem assinatura: vendem a sua atenção e os seus dados a anunciantes. O recurso disputado é o seu tempo.

CONCEITO · ALGORITMO DE RECOMENDAÇÃO

Sequência de instruções que ordena os conteúdos segundo a probabilidade estimada de que você reaja a eles. Aprende sobretudo com COMPORTAMENTO — tempo de permanência, releitura, velocidade de rolagem — e não apenas com curtidas.

ATENÇÃO

ERRO CLÁSSICO: dizer que o algoritmo mostra "o que a gente gosta". Ele mostra o que estima que vai te MANTER na plataforma. Conteúdo que provoca raiva costuma reter mais do que conteúdo que dá prazer.

Recursos de desenho reforçam a permanência: rolagem infinita, reprodução automática, recompensa variável e notificação.

2. Identidade digital e a Constituição

CONCEITO · ART. 5º, X, DA CF/1988

São invioláveis a INTIMIDADE, a VIDA PRIVADA, a HONRA e a IMAGEM das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano decorrente de sua violação.

Honra objetiva é a reputação; honra subjetiva é a dignidade. O direito de imagem é AUTÔNOMO: publicar foto de alguém sem autorização pode violar mesmo que a foto seja elogiosa.

O consentimento deve ser livre, informado, ESPECÍFICO e REVOGÁVEL. Autorizar um uso não autoriza outro.

ATENÇÃO

O Marco Civil (Lei nº 12.965/2014) e a LGPD (Lei nº 13.709/2018) asseguram informação clara sobre coleta de dados e a autodeterminação informativa — o direito de decidir sobre os próprios dados. Dados de adolescentes têm proteção reforçada.

3. Como um texto multimodal argumenta

Meme, charge, infográfico e propaganda são TEXTOS MULTIMODAIS: combinam palavra, imagem, cor e formato para produzir sentido.

Todo meme sobre assunto público sustenta uma TESE IMPLÍCITA. Para revelá-la, pergunte: se eu concordar com isto, com o que estou concordando? Escreva a resposta em frase afirmativa.

ATENÇÃO

Cinco recursos de persuasão frequentes: apelo à emoção, simplificação, autoridade aparente, generalização e descontextualização. A última é a mais difícil de detectar, porque nada ali é falso — só o contexto foi trocado.

4. Informação, opinião, boato e desinformação

CONCEITO · AS QUATRO CATEGORIAS

INFORMAÇÃO: fato verificável com fonte identificável. OPINIÃO: juízo de valor; não é verdadeira nem falsa, mas fundamentada ou não. BOATO: circula sem verificação; quem repassa acredita. DESINFORMAÇÃO: produzida deliberadamente para enganar.

Em inglês: MISINFORMATION (falso sem intenção), DISINFORMATION (falso com intenção) e MALINFORMATION (verdadeiro usado para causar dano).

ATENÇÃO

Conteúdo falso circula mais rápido porque é OTIMIZADO: quem o produz não está preso aos fatos e pode escolher o número mais chocante. Somado a um sistema que premia reação, o problema é estrutural, não apenas moral.

5. Checagem de fatos

CONCEITO · O MÉTODO FDU

F — FONTE: quem publicou? Há autor e veículo identificáveis? D — DATA: quando foi publicado? Notícia antiga recirculada é técnica comum. U — URL: o endereço é mesmo o do veículo, ou tem uma letra trocada?

Some a BUSCA REVERSA DE IMAGEM: forneça a imagem ao buscador e procure o resultado mais ANTIGO, que indica a origem e o contexto original.

ATENÇÃO

Encontrar a mesma informação em cinco sites que copiaram uns aos outros não é confirmação: é repetição. Verifique se as fontes são independentes.

Limite do método: fatos se verificam, opiniões se argumentam. Não existe direito a fatos próprios; existe direito a opiniões próprias, fundamentadas nos fatos disponíveis.

Sinais de alerta de conteúdo suspeito

Nº	Sinal
1	Provoca emoção intensa e imediata
2	Pede compartilhamento urgente
3	Não indica autor, veículo ou data
4	Traz número impressionante sem fonte

PARTE 2 · EXERCÍCIOS

Você pode consultar a teoria da Parte 1 enquanto responde.

1) Explique o que é ECONOMIA DA ATENÇÃO. Se o aplicativo é gratuito, o que está sendo vendido?

2) Por que é errado dizer que o algoritmo mostra "o que a gente gosta"? O que ele de fato otimiza?

3) Diferencie HONRA OBJETIVA e HONRA SUBJETIVA e explique por que o direito de imagem é autônomo.

4) Explique as três características do consentimento — livre, específico e revogável — aplicando-as ao caso de uma foto publicada sem autorização.

5) O que é TESE IMPLÍCITA? Explique por que o formato de piada protege o argumento da crítica.

6) Diferencie INFORMAÇÃO, OPINIÃO, BOATO e DESINFORMAÇÃO. Qual é o critério que separa boato de desinformação?

7) Explique MISINFORMATION, DISINFORMATION e MALINFORMATION com um exemplo de cada.

8) Descreva o método FDU e explique por que a verificação da DATA é tão importante.

9) O que é BUSCA REVERSA DE IMAGEM e por que se deve procurar o resultado mais ANTIGO?

10) Explique a ASSIMETRIA DO DESMENTIDO e por que ela derruba o argumento de "compartilho agora e confiro depois".

PARTE 3 · PRODUÇÃO

Aplique o que você estudou.

11) Produza o seu CHECKLIST ANTIFAKE: no máximo dez perguntas, em forma de pergunta, ordenadas da verificação mais rápida para a mais trabalhosa, terminando com uma REGRA DE DECISÃO clara sobre o que fazer quando a resposta for negativa.

[illegible]

FOLHA DO PROFESSOR — GABARITO

Não entregar esta folha ao estudante

- Q1 — O recurso disputado é o tempo e a atenção; vende-se acesso ao usuário e seus dados a anunciantes.
- Q2 — Ele otimiza permanência, não satisfação. Conteúdo que provoca indignação retém mais.
- Q3 — Objetiva = reputação; subjetiva = dignidade. O direito de imagem independe de a publicação ser ofensiva.
- Q4 — Livre (sem pressão), específico (para aquele uso) e revogável (pode ser retirado). Direito de imagem é individual e não se decide por maioria.
- Q5 — Afirmação sustentada sem ser declarada; o humor imuniza contra a crítica porque quem questiona vira o chato.
- Q6 — A intenção de quem produz: boato circula sem verificação, desinformação é deliberada.
- Q7 — Exemplos livres; exigir que a distinção pela intenção e pelo caráter verdadeiro/falso esteja correta.
- Q8 — Fonte, data e URL. A data importa porque notícia verdadeira e antiga recirculada produz pânico atual sem que ninguém tenha mentido.
- Q9 — Pesquisa a partir da imagem; o resultado mais antigo revela origem e contexto original.
- Q10 — A correção nunca alcança o público que a informação falsa alcançou; por isso a verificação tem de vir antes.
- PRODUÇÃO — avaliar: no máximo dez itens, forma de pergunta, ordem crescente de esforço e presença de regra de decisão explícita. A ausência da regra de decisão é o erro mais comum.

REGISTRO DA ENTREGA

Entregue em: ____ / ____ / ____ Meio: () impressa () e-mail () domiciliar

Devolvido em: ____ / ____ / ____ Nota atribuída: ____

Observações: _____

Registrar no Diário Escolar conforme a Resolução nº 1/2017 – CEDF, cap. III, art. 14, II, e anexar o recibo ao portfólio de comprovação.