



GEN Z

2020-1-ES01-KA226-SCH-096241

FACT-CHECKING, LATERAL READING & SOCIAL MEDIA COUNTER NARRATIVES OER



Cofinanciado pelo
Programa Erasmus+
da União Europeia



GenZ
Remote Learning System to boost Information Literacy
and Digital Content Creation at School
2020-1-ES01-KA226-SCH-096241

CC BY-NC 4.0



Cofinanciado pelo
Programa Erasmus+
da União Europeia

Resumo

01

Como ler em uma nova era

4

02

Lateral reading e social counter-narratives. Um guia para professores do ensino médio

16

03

Digital books creator
Criador de livros sociais

55

04

The local pilots reports

59

05

Annex

91

Counter-narratives Videos



GenZ Erasmus+
youtube.com



Cofinanciado pelo
Programa Erasmus+
da União Europeia

COMO LER EM UMA NOVA ERA



Desde o início da revolução digital, a maneira como as pessoas podem experimentar o mundo mudou profundamente: hoje, a experiência humana está a enfrentar um novo desafio devido à disseminação da Internet. A web está sempre presente e suporta a vida humana quotidiana; em qualquer situação em que estejamos, a Internet está sempre ao nosso lado:

podemos navegar na internet enquanto estamos em uma fila ou quando estamos em um autocarro, a receber notificações de plataformas sociais ou aplicativos de mensagens instantâneas. Estamos a viver uma experiência onlife graças aos nossos dispositivos móveis: o smartphone nos permite ficar sempre conectados à web. Embora essa acessibilidade incomparável da web nos ajude em nossa rotina diária, temos de levar em conta o outro lado da moeda: estar sempre conectado significa sobrecarregar nossa percepção, os nossos sentimentos e o nosso cérebro.

Como ler em uma nova era: um guia para leitura lateral



Especialistas chamam essa condição de "excesso de informações e sobrecarga emocional": a web e os nossos smartphones disponibilizam milhares de conteúdo on-line para todos nós que têm uma conexão com a Internet a cada momento, então a verdadeira perda hoje é a falta de tempo. Então, naturalmente, os usuários não têm tempo suficiente para ler e entender adequadamente todos os conteúdos que poderiam encontrar on-line: essa é a razão pela qual ouvimos tanta conversa em torno do fenômeno das notícias falsas. Encontrar informações on-line não significa encontrar informações de alta qualidade. É por isso que termos como Pós-Verdade, Transtorno da Informação e - após a pandemia de Covid-19 - Infodemia se juntaram à reflexão comum sobre a relação entre Internet, informação e comportamento humano. Therefore, it's possible to describe the onlife experience into two main ways:

- Passivamente: quando nossa atenção é atraída por notificações e mensagens de aplicativos sociais (Whatsapp, Telegram, ...) e plataformas (Instagram, Facebook, TikTok, ...);
- Ativamente: quando nossa atenção precisa avaliar o conteúdo on-line após uma pesquisa em um mecanismo de busca ou site e/ou depois de rolar notícias e conteúdo nas mídias sociais;

Como ler em uma nova era: um guia para leitura lateral

É importante sublinhar que ambas as maneiras estão sempre presentes na experiência cotidiana da vida e é por isso que cada usuário entra em contato com muitos conteúdos on-line todos os dias - no entanto, isso não significa que todos os conteúdos com os quais estamos lidando sejam relevantes (ou confiáveis) para nossas necessidades e pesquisas. Então, o verdadeiro desafio hoje em dia parece ser como folhear boas informações entre a enorme quantidade de conteúdo on-line e como salvar e gerenciar adequadamente nossa atenção/tempo enquanto estamos on-line. Para fazer isso, precisamos entender que a leitura on-line tem profundas diferenças em comparação com as práticas tradicionais de leitura (offline).



Tipos de leitura

Muitas vezes assume-se que o ato de ler é sempre o mesmo que ele mesmo, não importa quando ou onde seja feito. No entanto, se pensarmos, ler um livro impresso não é o mesmo que ler um artigo on-line, ler um texto composto apenas de palavras, não é o mesmo que ler um texto composto de palavras e imagens, e assim por diante.

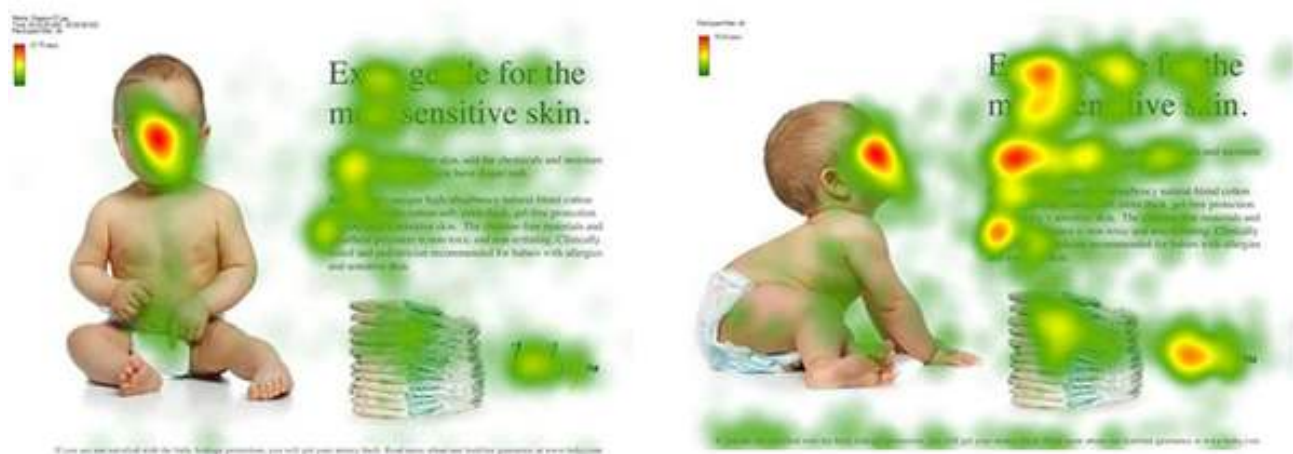


Fig.1: A imagem mostra o resultado do rastreamento ocular em uma página composta por figura e texto. O rastreamento ocular é o processo de medir o ponto do olhar: áreas mais brilhantes e quentes são as que os leitores veem primeiro e interagem, enquanto o verde é o que permanece quase em segundo plano. Observe como o olhar (e a atenção) do leitor muda de acordo com a postura e o olhar da imagem (bebê).

Tipos de leitura

Se realmente queremos entender como ler (e folhear) corretamente entre milhares de conteúdos on-line, precisamos saber quais são as diferenças entre um tipo de conteúdo e outro.

- Lendo um documento impresso

Quando lemos um livro, um jornal ou um documento impresso, os leitores abordam o texto com um movimento bem definido do olho. A leitura é basicamente um movimento coerente da esquerda para a direita, com uma parada em cada palavra (fixação) e pequenos saltos (sacadas) entre uma palavra e outra.

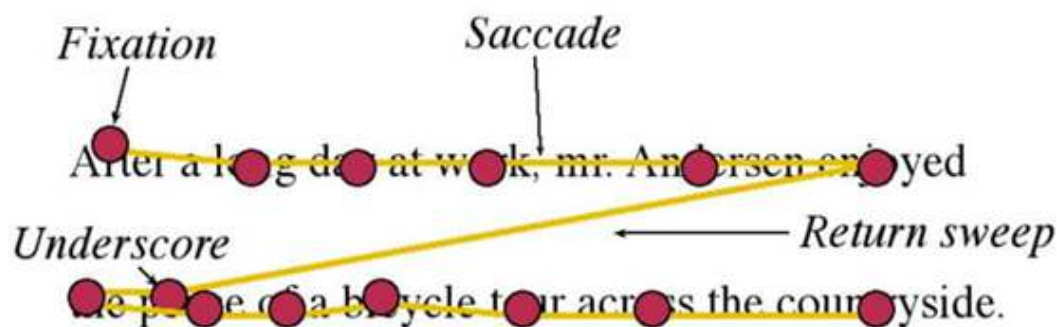


Fig.2: O processo de leitura em um documento impresso

Tipos de leitura

A sequência de fixações e sacadas mostra claramente que os leitores processam o texto durante esse movimento, fazendo uma interpretação aproximada do que estão lendo. O processo é simplificado pela ausência de outros itens (como pop-up, manchetes, imagens, ...) que chamam a atenção dos leitores.

- Ler uma página online

A situação é completamente diferente quando os usuários se aproximam de uma página online. A maneira como nossos olhos se movem não é mais linear e coerente, em vez disso, nossos olhos se movem por toda a página a projetar um layout de padrão F.



Fig.3: Exemplos de leitura na web mostrando o Padrão F

Tipos de leitura

Os usuários on-line digitalizam as páginas da web da seguinte forma:

1. No topo da página para ler as manchetes;
2. No lado esquerdo da página;
3. Do outro lado da página novamente para ler outros itens (texto em negrito, links incorporados, palavras sublinhadas, ...);

Os leitores exibem dois comportamentos diferentes: quando se aproximam de um documento impresso que lêem, enquanto se aproximam de um conteúdo on-line que digitalizam. Escaneamento significa um movimento ocular diferente e um grau diferente de processamento: as sacadas são mais longas e podem ir em qualquer direção porque a atenção é atraída por manchetes, imagens, pop-up e outros itens. Apenas algumas palavras são processadas em cada intervalo: o objetivo da digitalização parece ser encontrar pontos de entrada interessantes, pontos onde o processo de leitura pode começar. Em outras palavras, quando estamos online, não lemos palavras, mas, em vez disso, digitalizamos o conteúdo prestando atenção a uma variedade de itens diferentes.

Outra grande diferença entre ler offline e online é o tempo gasto em cada página. Quando os leitores estão on-line, eles geralmente mostram uma abordagem apressada e ansiosa: eles percorrem o texto (ou página) sem compreensão profunda, constantemente ocupados rolando pelas telas sensíveis ao toque, sobrecarregados por uma enxurrada de informações, notificações, pop-up e mensagens.

Como resultado, o risco é perder palavras-chave e frases que deram sentido a todo o texto, bem como outros recursos necessários que garantem credibilidade e confiabilidade a um conteúdo/fonte.

Estratégias e comportamento



Nesse cenário, a prioridade hoje parece ser como escolher (ou folhear) a boa informação em meio à enorme quantidade de conteúdo da web da maneira mais fácil e rápida. Como T.S. Eliot disse que somos “distraídos da distração pela distração” quando navegamos na Internet. Como um usuário pode administrar sua atenção combinando a necessidade de informações boas e confiáveis e seu “estado ansioso” online?

A estratégia mais eficaz é desenvolver algumas habilidades essenciais úteis para um “envolvimento consciente” quando um usuário está online.

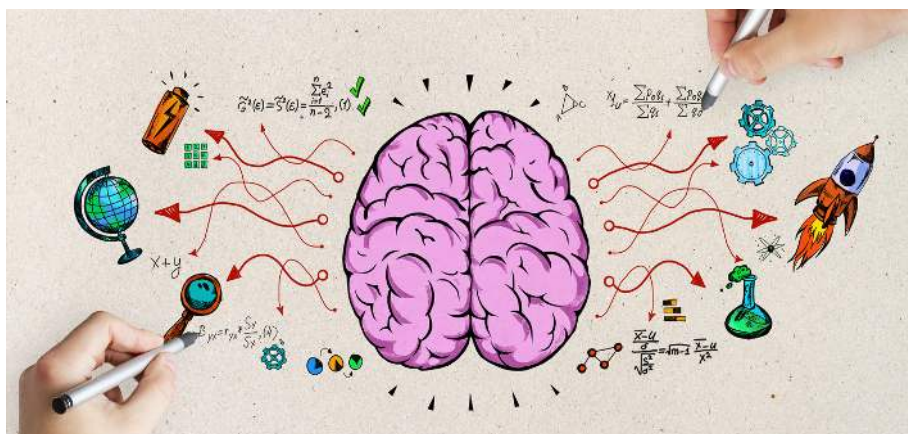
Estratégias e comportamento

- P teste CRAAP

Uma das abordagens para avaliação de conteúdos online é o método de avaliação desenvolvido por uma equipe de bibliotecários da California State University - o chamado teste CRAAP. O teste CRAAP é uma espécie de teste para verificar a confiabilidade de um conteúdo/fonte. CRAAP é um acrônimo para:

➤ Moeda, referente à atualidade da informação: quando um usuário se depara com um conteúdo, ele deve fazer estas perguntas simples:

1. Quando a informação foi publicada ou postada?
 2. As informações foram revisadas ou atualizadas?
 3. As informações são atuais ou desatualizadas para o seu tópico?
- Relevância: a importância da informação para as necessidades do usuário.
- Aqui ficam as perguntas:
1. As informações estão relacionadas ao tópico ou respondem à pergunta?
 2. Qual é o público-alvo?
 3. A informação está em um nível adequado?



Estratégias e comportamento

➤ Autoridade, quanto à fonte da informação:

1. Quem é o autor/editor/fonte/patrocinador?
2. As credenciais do autor ou afiliações organizacionais são fornecidas?
 3. Quais são as credenciais do autor ou afiliações organizacionais fornecidas?
 4. Quais são as qualificações do autor para escrever sobre o tema?
 5. Há informações de contato, como um editor ou endereço de e-mail?

➤ Precisão, quanto à confiabilidade, veracidade e correção do conteúdo:

6. De onde vêm as informações?
 7. As informações são apoiadas por evidências?
 8. A informação foi revisada ou arbitrada?
9. A linguagem ou o tom parece tendencioso e sem emoção?
 10. Há erros de ortografia, gramática ou outros erros tipográficos?

➤ Finalidade: a razão pela qual a informação existe:

1. Qual é o objetivo da informação?
2. A informação é verdadeira? opinião? propaganda?
3. O ponto de vista parece objetivo e imparcial?
 4. Existem preconceitos políticos, ideológicos, culturais, religiosos, institucionais ou pessoais?

Sem dúvida, as perguntas fornecidas pelo teste CRAAP podem ajudar o usuário a avaliar o conteúdo que pode encontrar online. A propósito, aplicar o teste CRAAP a cada um dos conteúdos que um usuário pode encontrar parece ser um grande investimento de tempo, embora o teste CRAAP seja um método de avaliação eficaz.

Estratégias e comportamento

- O método SIFT

Outra abordagem para avaliação de conteúdos (e fontes) online é a desenvolvida por Mike Caulfield: o método SIFT. Essa estratégia está fortemente relacionada a uma forma diferente de ler: leva em conta a tendência dos internautas de escanear – e não de ler.

Essa estratégia visa avaliar um conteúdo antes mesmo que o usuário comece a lê-lo. Basicamente esta abordagem é composta por quatro movimentos:

1. Pare
2. Investigue a fonte
3. Encontre uma melhor cobertura
4. Rastreie reivindicações, citações e mídia para o contexto original

Também é possível resumir esses movimentos em três boas práticas quando nos deparamos com um conteúdo online:

1. Pare: não se deixe levar pelas emoções
2. Pense: desconfie, não se deixe influenciar, desenvolva e use o pensamento crítico;
3. Olhar a volta: aproveite os recursos da internet;



Estratégias e comportamento

Todos esses movimentos/práticas respondem à pergunta mais importante quando nos deparamos com um conteúdo online: “Quem está por trás dessa informação?”. Essa abordagem também está fortemente ligada a uma estratégia de leitura lateral.

Em vez de ler com precisão o conteúdo online, a estratégia de leitura lateral é o ato de avaliar a credibilidade de uma fonte comparando-a com outras fontes.

As diferenças entre uma estratégia de leitura lateral e uma abordagem de leitura vertical são bem ilustradas por estas duas imagens:



Fig.4.: O ato de rolar é muito próximo da leitura de um documento impresso. Abrir abas e “olhar ao redor” se aproxima de uma estratégia de leitura lateral.

Assim, as principais questões a responder (seguindo a estratégia de leitura lateral) são:

1. A fonte: Quem é o autor? Quem é a organização/site?
2. Evidências: Existem links externos/gráficos/notas de rodapé disponíveis no conteúdo/site?
3. Sobre a fonte: O que “a web” diz sobre a organização e as suas reivindicações?

Responder a essas perguntas simples antes de começar a ler economiza tempo, atenção e leva o usuário a entender qual é o conteúdo que está a enfrentar.

LATERAL READING E SOCIAL COUNTER-NARRATIVES. UM GUIA PARA PROFESSORES DO ENSINO MÉDIO

Um mundo desinformado

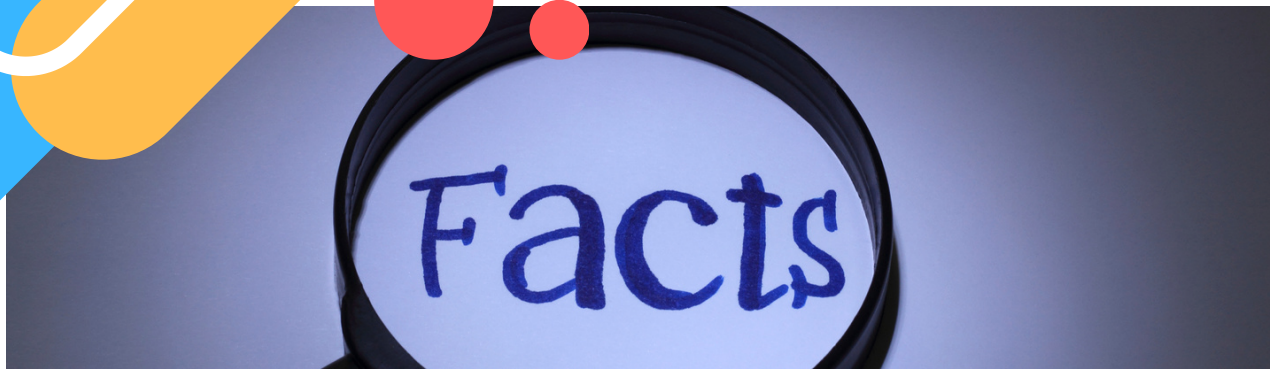


- O mundo em que vivemos: o que é desinformação?

O módulo oferece uma visão geral de como as pessoas e as sociedades consomem informações.

O primeiro ponto a ser levado em consideração é que, graças à revolução digital, hoje as pessoas podem conectar-se à internet com tanta facilidade que podemos considerar a nossa vida uma experiência de realidade híper conectada (onlife experience): estamos conectados à web a todo o momento, recebendo e-mails, mensagens de WhatsApp, notificações de redes sociais, etc.

Esse tipo de acessibilidade tem reflexo na forma como as pessoas consomem, pesquisam e são influenciadas por conteúdos informativos: sem dúvida, a informação agora está mais acessível do que nunca, basta clicar num link ou deslizar o ecrã do telemóvel.



A forma de nos informarmos está profundamente alterada nos dias de hoje: antes da era digital, as pessoas tinham de obter informação de forma consciente e ativa comprando um jornal ou ligando o noticiário da televisão ou o rádio; agora podem entrar em contacto com conteúdos informativos ao simplesmente percorrer os seus próprios murais nas redes sociais, mesmo que não estejam à procura.

Nesse panorama, os especialistas falam em sobrecarga de informação: estamos a criar mais informação nos últimos 10 anos do que em toda a história da humanidade antes da revolução digital; como resultado disso, hoje bilhões de gigabytes estão disponíveis online - e obviamente isso é mais informação do que o cérebro está capacitado para lidar. Portanto, quanto mais informação obtemos, mais fraca é a nossa capacidade de julgar. É por isso que, por sinal, os usuários prestam mais atenção a conteúdos sensacionalistas e chocantes - não importa se são confiáveis ou não.





Além disso, se os jornais ou os noticiários são objeto de regulamentação nacional, os conteúdos online dificilmente são sujeitos a regras e leis. Como resultado, com mais frequência, as notícias que se encontram na internet parecem todas boas e confiáveis.

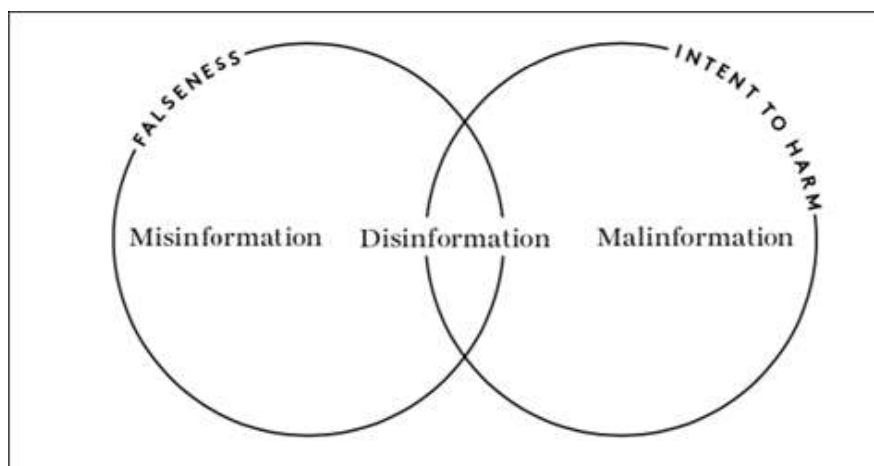
Por que é importante alertar as pessoas (e estudantes) sobre o mundo que podemos encontrar online?

Simplesmente porque quando estamos online, estamos quase sozinhos. Embora a internet esteja cheia de possibilidades e repleta de bilhões de gigabytes de informação de todos os tipos, os usuários tendem a desfrutar de poucas aplicações, canais, grupos de redes sociais e páginas da web. Esse tipo de comportamento vem de duas inclinações:

- a tendência das pessoas de buscar e interpretar evidências que apoiam uma crença já mantida, o chamado viés de confirmação, usado também quando um indivíduo é informado;
- a tendência dos indivíduos de fazerem parte de um grupo com os mesmos interesses e crenças, tanto na vida real quanto na internet; como resultado, as pessoas parecem estar em uma câmara de eco: tal ambiente radicaliza crenças e estereótipos já existentes;



Após esta rápida visão geral, o módulo descreve a desordem da informação que enfrentamos hoje. Os especialistas afirmam que nosso ecossistema de informação está perigosamente poluído com vários tipos de conteúdo de desinformação: esta é a razão pela qual o termo “notícias falsas” (fake news) é inadequado para descrever o ambiente de desinformação online. O termo “fake news” é incapaz de abranger todos os tipos de manipulação que os usuários podem encontrar online. A maioria dos conteúdos manipulados não são falsos: mais frequentemente, conteúdos genuínos são reformulados de uma maneira nova e enganosa para prejudicar e enganar os usuários. Os especialistas chamam a este fenómeno de “desordem da informação” (information disorder): este é composto por três campos de conteúdos enganosos: desinformação (disinformation), falta de informação (misinformation) e informação de má-fé (malinformation).





Essas 3 categorias são baseadas no propósito do autor: de um lado há conteúdos falsos sem intenção de prejudicar (falsidade/ falta de informação) – de qualquer forma esses conteúdos também têm potencial para enganar os usuários; por outro lado, há conteúdos genuínos reformulados com a intenção de enganar e causar constrangimento (intenção de prejudicar/ informação de má-fé); o terceiro campo (desinformação) inclui conteúdos falsos e destinados a enganar e causar danos.

A desinformação tem o objetivo de enganar e prejudicar o usuário. Existem basicamente três motivações por trás da criação desse tipo de conteúdo:

- 1.fazer dinheiro;
- 2.provocar ou causar problemas por causa disso;
- 3.ter influência política;

A informação de má-fé é um conteúdo falso sem intenção de prejudicar: os usuários que compartilham nas redes sociais esse tipo de conteúdo muitas vezes não percebem que o conteúdo é falso ou reformulado. A questão aqui é a intencionalidade: os conteúdos são compartilhados independentemente de serem reais ou não; é por isso que, por exemplo, notícias de sátira ou paródia se podem tornar informação de má-fé – se forem compartilhadas como se fossem verdade.

A informação de má-fé é uma informação genuína (real) compartilhada com o objetivo de causar danos. A informação de má-fé é a publicação de informações privadas para fins pessoais ou partidários, apontando certos detalhes e omitindo deliberadamente outros.

No próximo capítulo, a diretriz concentra-se em categorias mais específicas da manipulação da informação, fornecendo explicações e exemplos sobre a complexidade do ambiente de desinformação.

OUTRAS FONTES:

O MANIFESTO ONLIFE, L. FLORIDI [HTTPS://LINK.SPRINGER.COM/BOOK/10.1007%2F978-3-319-04093-6](https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-319-04093-6)

SOBRE O VIÉS DE CONFIRMAÇÃO

[HTTPS://JOURNALS.SAGEPUB.COM/DOI/10.1037/1089-2680.2.2.175](https://journals.sagepub.com/doi/10.1037/1089-2680.2.2.175)

BIASES MAKE PEOPLE VULNERABLE TO MISINFORMATION SPREAD BY SOCIAL MEDIA - SCIENTIFIC AMERICAN

LESSON: CONFIRMATION AND OTHER BIASES | FACING HISTORY

SOBRE O COMPORTAMENTO ONLINE [HTTPS://JOURNALS.PLOS.ORG/PLOSONE/ARTICLE?ID=10.1371/JOURNAL.PONE.0181821](https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0181821)

DESINFORMAÇÃO, FALTA DE INFORMAÇÃO, INFORMAÇÃO DE MÁ-FÉ.

[HTTPS://FIRSTDRAFTNEWS.ORG/ARTICLES/FAKE-NEWS-COMPLICATED/](https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-complicated/)

[HTTPS://FIRSTDRAFTNEWS.ORG/ARTICLES/INFORMATION-DISORDER-THE-TECHNIQUES-WE-SAW-IN-2016-HAVE-EVOLVED/](https://firstdraftnews.org/articles/information-disorder-the-techniques-we-saw-in-2016-have-evolved/)

[HTTPS://WWW.COE.INT/EN/WEB/FREEDOM-EXPRESSION/INFORMATION-DISORDER](https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/information-disorder)



Cofinanciado pelo
Programa Erasmus+
da União Europeia

1. Tipos de Manipulação

Vamos nos concentrar nos tipos de manipulação que pertencem aos três campos vistos anteriormente: desinformação, falta de informação e informação de má-fé.

Em primeiro lugar, o guia fornece uma lista dos tipos mais comuns de conteúdos de desinformação e de falta de informação: o que deve ser levado em consideração é o facto de que a maioria dos conteúdos pertencentes às categorias abaixo também se enquadram no campo de informação de má-fé. Esta é a razão pela qual conteúdos manipulados na internet como paródias, fraude, falsificações baratas, conteúdos enganosos, informações falsas e conteúdos fabricados podem pertencer a uma ou mais categorias listadas abaixo



A lista fornece uma espécie de mapa de tipos de manipulação para orientar professores e alunos quanto à complexidade do ambiente de manipulação da informação.

1. Tipos de Manipulação



- Entenda o ecossistema da manipulação da informação

Os tipos de manipulação estão situados numa escala que mede a intenção do autor de enganar: de um lado há conteúdos de sátira e paródia com baixa intenção de enganar, do outro, conteúdos fabricados, destinados a enganar e prejudicar.

Sátira ou Paródia

Não há dúvida de que a sátira ou a paródia não têm intenção de prejudicar ninguém, mas ao mesmo tempo um conteúdo satírico tem o potencial de enganar os usuários. A potencialidade de enganar os usuários vem da natureza desses conteúdos: a paródia (ou sátira) tem como objetivo principal ser desrespeitoso, sacrílego, irreverente. Devido à sua “natureza”, os conteúdos satíricos podem ser divisores, odiosos, se não forem detetados.

Esse é o ponto: os usuários que encontram um conteúdo numa página satírica ou num grupo específico reconhecem-no como sátira. O problema é quando o conteúdo é re-compartilhado: não há rótulo que identifique um conteúdo como sátira ou paródia e, se o conteúdo for compartilhado fora do seu contexto original, outros usuários não conseguirão entender o propósito genuíno e inofensivo de entreter as pessoas.

1. Tipos de Manipulação



Julho de 2014, o humorista da Internet Jay Branscomb acusou Steven Spielberg, o assassino do Tricerátopo (<https://www.latimes.com/entertainment/gossip/la-et-mg-steven-spielberg-dinosaur-picture-20140710-story.html>)

1. Tipos de Manipulação

- **Conexão Falsa**

A falsa conexão é quando as manchetes (ou imagens) não condizem com o conteúdo descrito nas notícias. Mais frequentemente, a conexão falsa diz respeito à técnica de caça aos cliques (Clickbait). A caça aos cliques e/ou gostos é uma estratégia para atrair a atenção com manchetes sensacionalistas ou enganosas: na competição pela atenção dos usuários, também os media confiáveis usam linguagem escandalosa para chamar a atenção para as suas notícias e para os seus artigos na internet. Esta é a principal razão pela qual a falsa conexão é uma forma de manipulação, principalmente se pensarmos no facto de que a maioria dos usuários que navegam na internet prestam pouca atenção a cada conteúdo e a maioria lê apenas manchetes sem ler todo o artigo.



1. Tipos de Manipulação

- **Conteúdo enganoso**

Esta categoria abrange uma ampla gama de conteúdo na internet. Basicamente, o conteúdo enganoso é um uso enganoso de informações para enquadrar um problema e/ou uma pessoa: por exemplo, o conteúdo enganoso oculta a verdade intencionalmente e/ou apresenta comentários como fatos. O conteúdo enganoso pode ter muitas formas: manchetes, artigos, mas também imagens, fotos e recursos visuais. Aqui a questão diz respeito a quanto de uma citação é omitida para reformular algo ou alguém: o conteúdo enganoso não cobre necessariamente o artigo inteiro ou a imagem inteira.

Exemplo: População: imagem de uma página oficial de um governante no Facebook



1. Tipos de Manipulação

- Contexto Falso

Esta categoria descreve um conteúdo genuíno (real) reformulado com informações contextuais falsas. Um exemplo clássico de contexto falso é quando uma manchete ou um título (mesmo um meme) não reflete o conteúdo genuíno. Esse tipo de manipulação é frequentemente usado para enganar e prejudicar e mais frequentemente o contexto falso é usado com propósitos partidários.

Exemplo: (mulher muçulmana não liga para o ataque terrorista, casualmente passa por um cadáver enquanto verifica o telefone)



1. Tipos de Manipulação

- **Conteúdo Impostor**

O conteúdo impostor é uma representação de um conteúdo ou fonte genuína: é um conteúdo falso que usa um logótipo conhecido ou uma marca de uma agência de notícias popular. Recentemente, há um aumento de conteúdo impostor, por exemplo, versões sofisticadas de impostores de marcas de notícias estabelecidas, como BBC, Le Soir, etc.



1. Tipos de Manipulação

- **Conteúdo Manipulado**

O conteúdo manipulado geralmente diz respeito a fotos ou vídeos: aqui um aspeto de um conteúdo genuíno é alterado ou distorcido. Esse tipo de conteúdo poderia ser chamado de “chantagem barata”: esse termo vem da técnica usada para modificar imagens ou vídeos reais. Criar um conteúdo enganador como um conteúdo manipulado não requer necessariamente tecnologias avançadas: acelerar e/ou desacelerar um vídeo pode ser suficiente para enganar os usuários, tal como recortar uma imagem real (ou detalhe) e colá-la a outra.



[Link](#)

1. Tipos de Manipulação

- **Conteúdo Fabricado**

O conteúdo fabricado é a mais alta forma de manipulação: é um conteúdo 100% falso, projetado para enganar e prejudicar os usuários. Esse tipo de media é completamente falso e pode ser um título inventado, uma imagem gerada ou um vídeo 100% falso.



[Link](#)

1. Tipos de Manipulação

- Deepfake

Tendo em conta a última forma de conteúdo fabricado, vale a pena dar uma olhadela ao que pode ser feito com recurso à inteligência artificial. Isto é o que os especialistas chamam de “Deepfake”. Deepfake é um vídeo que foi alterado através de alguma forma de aprendizagem de uma máquina para “hibridar ou gerar corpos e rostos humanos”. Recentemente, os conteúdos distorcidos são cada vez mais sofisticados e bastante elaborados: se não houver rótulos (da ferramenta usada para criar o vídeo distorcido), os usuários podem facilmente trocar o falso pelo real.



[Link](#)

2. Como funciona a desinformação

2.1. Objetivos do módulo para professores

- Faça com que os alunos sintam o pano de fundo emocional que cerca a desinformação
- Consciencialize os alunos sobre o seu próprio comportamento diante de notícias e outros tipos de informação
- Indique a diferença entre as afirmações que podem e não podem ser verificadas

2.2. Objetivo do módulo para estudantes

- Esteja ciente de que a falta de informação se espalha mais facilmente do que o conteúdo genuíno e que as emoções desempenham um papel central.
- Quando uma parte de uma informação desperta uma forte emoção interior, vale a pena parar e duvidar antes de compartilhar.
- Entenda a diferença entre fatos e opiniões e seja capaz de identificar quais podem ser verificados.

2.3. Resultados de aprendizagem

- Entender porque é que a falta de informação se espalha com tanta facilidade e refletir sobre a atitude para com as redes sociais.
- Ser capaz de identificar se uma afirmação pode ou não ser verificada.



2. Como funciona a desinformação



- **2.4. Resumo da sessão**

A desinformação espalha-se muito mais e mais rapidamente do que a informação genuína. A população em geral tem assumido amplamente que isto pode ser impulsionado por contas falsas das redes sociais, criadas e programadas para realizar tarefas automáticas e repetitivas, tais como retuitar, gostar ou compartilhar determinadas publicações. Se é verdade que estas contas têm sido usadas de forma fraudulenta para tornar a desinformação viral e maximizar a sua capacidade de influência, a disseminação mais rápida deve-se principalmente ao comportamento das pessoas comuns. Compartilhamos e disseminamos notícias falsas quando as recebemos. É tão simples como isto.

Claro, isso não significa que gostamos mais de mentiras. A razão do nosso comportamento é que a desinformação é escrita e projetada de uma forma que pode facilmente atrair a capacidade do nosso cérebro e gerar emoções fortes como surpresa, nojo, zanga ou raiva. Estas emoções fazem-nos reagir mais impulsivamente, de modo que podemos compartilhá-las com mais facilidade – e, portanto, mais – do que as reais.

Por outro lado, o viés de confirmação introduzido no primeiro capítulo também desempenha seu papel. Ao deparar-se com uma informação que coincide com as nossas opiniões e crenças, é fácil esquecer-se de avaliar e detetar os factos. É muito mais fácil acreditar nas informações e compartilhá-las rapidamente.

2. Como funciona a desinformação

Com isso em mente, a lição a aprender deve ser bastante fácil. Sempre que sentir uma emoção forte, independentemente da sua natureza, ao ler uma mensagem ou informação, tente parar. Pare com essa necessidade imparável de compartilhar, pense no que acabou de ler e verifique os factos.

Parar é o primeiro passo fundamental no processo. Idealmente, deve-se parar antes de ler o conteúdo para perguntar se é uma fonte confiável de informação. Mas, se o aluno lê o conteúdo, deve definitivamente parar antes de compartilhar, principalmente se o conteúdo estiver repleto de emoção, para saber o que está a ler.

Quando paramos, porém, temos que ter em conta que nem todo o conteúdo pode ser verificado. A verificação de factos é provar a realidade por detrás dos factos, mas para verificar a verdade precisamos de dados que nos permitam confirmá-la ou negá-la. Noutras palavras, é importante saber quais as informações que podem ser verificadas e quais não podem. Temos que aprender a diferenciar factos (que dependem de dados) de opiniões.

Só podemos trabalhar com as alegações que se sustentam nisso, o que significa que os nossos esforços devem-se centrar em factos. Não podemos verificar opiniões.

Mas também temos que perceber que quando conversamos ou escrevemos um texto, não falamos apenas através de factos e dados, nem escrevemos apenas opiniões. Na nossa vida quotidiana, normalmente misturamos os dois. Portanto, para verificar qualquer texto ou discurso, é importante separar factos de opiniões e limitar os nossos esforços ao único conteúdo que poderemos verificar.

2. Como funciona a desinformação

- **2.5. Exemplos e dinâmicas**

Para poder sentir a emoção por trás da desinformação, é útil começar a aula com uma série (5 ou 6) de manchetes e conteúdos online (como tweets, stories do Instagram ou mensagens do WhatsApp), alguns deles falsos e outros reais. O objetivo dos primeiros exemplos não é determinar a precisão dessas manchetes. Em vez disso, o professor concentrar-se-á em perguntar como é que as diferentes cápsulas de informação fazem os alunos se sentir e se eles as compartilhariam. Terminados os exemplos e encerrado o debate, o professor pode revelar quais as informações reais e quais não eram.

Para a segunda parte da aula, sobre fatos e opiniões, o professor mostrará primeiro duas frases (um facto e uma opinião) e começará a perguntar qual delas se baseia em dados. Em seguida, estabelecerá a diferença entre factos e opiniões e também explicará que geralmente falamos misturando os dois elementos. Por fim, outro exemplo será mostrado, uma longa frase contendo factos reais e mentiras. O professor lerá a frase pouco a pouco e perguntará a cada afirmação se ela usa dados ou não.



2. Como funciona a desinformação

Em seguida, o professor mostrará novamente algumas manchetes, tweets, stories do Instagram ou mensagens de WhatsApp (diferentes) e perguntará, para cada exemplo, se são factos ou opiniões e, caso se baseie em dados, como fariam a verificação. Será feita esta pergunta pela primeira vez, o que permitirá aos alunos iniciarem o seu pensamento crítico.

Para a última parte da sessão, sugerimos um pequeno jogo para resumir: os alunos terão que escrever 3 frases (na sequência que mais gostarem):

- Um facto sobre si mesmos.
- Um facto falso ou enganoso sobre si mesmos.
- Uma opinião.

Uma vez escrito, os alunos reúnem-se em pequenos grupos (4-6 alunos por grupo), cada um lê as suas frases em voz alta e os demais tentam identificar qual é a verdadeira, qual é a falsa e qual é a opinião.



3. Facto - Verificação:

“Quem está por detrás da informação?”

3.1. Objetivos do módulo para professores:

- Destacar a diferença entre uma abordagem de leitura vertical e uma abordagem de leitura lateral;
- Fornecer uma primeira orientação sobre como um conteúdo online deve ser analisado e quais são os aspetos de um conteúdo que os alunos devem levar em consideração ao avaliar conteúdos online;

3.2. Objetivos do módulo para alunos:

- Ressaltar a importância do processo de verificação de factos para avaliar a confiabilidade dos conteúdos online;
- Equipar os participantes com um primeiro conjunto de ferramentas de capacidades para descompactar o seu consumo de conteúdos online;
- Construir capacidades para desconstruir conteúdos e narrativas mediáticas manipuladoras;
- Ensinar os participantes a desenvolver um ceticismo saudável em relação às informações que consomem online e como pesar a veracidade de artigos, publicações, feeds, fotos, vídeos, conteúdo de áudio, infográficos e estatísticas com uma abordagem adequada;

3.3. Resultados da Aprendizagem:

- Distinguir facto de ficção: como olhar para os conteúdos online, quais as características que devem (ou não) estar presentes numa fonte fidedigna;
- Compreender como as histórias são seleccionadas, quem produz o conteúdo, que métodos são usados para criar a aparência de uma representação autêntica da realidade, como a linguagem é usada, o que é enfatizado, o que é omitido, quem está a dizer o quê, o quão importante e/ou confiável essa pessoa/site é, que impacto essa notícia teve/tem/terá;

3. Facto - Verificação:

“Quem está por detrás da informação?”

A verificação de factos é um processo que fornece análises precisas e imparciais de informações para corrigir percepções erróneas do público e aumentar o conhecimento de questões importantes e/ou populares. O processo de verificação de factos visa reivindicações políticas, mas também boatos da Internet, lendas urbanas e memes das redes sociais que estão sujeitos à análise de verificação de factos.

Está amplamente demonstrado que a análise de verificação de factos funciona: como mostra a pesquisa de Ethan Porter e Thomas J. Wood [1], as pessoas que viram correções factuais eram mais propensas a expressar crenças factualmente precisas do que aquelas que não viram os apontamentos e as retificações. Além disso, os resultados redimensionam o “efeito tiro pela culatra” [2]: como vários pesquisadores anteriores afirmam, quando as pessoas veem informações factuais, elas simplesmente rejeitam-nas, tornando-se menos precisas. De acordo com os resultados de Porter e Wood, os factos não tornam as pessoas menos precisas, mesmo quando as correções visam co-partidários – mas também é verdade que as correções não fazem com que as pessoas mudem as suas opiniões políticas. As correções e retificações não eliminam crenças e preconceitos, mas reduzem a parcela de informações imprecisas.

Outro resultado notável que a pesquisa destaca é o que torna eficaz um processo de verificação de factos[3]. É crucial que uma verificação de factos aconteça antes que uma narrativa falsa ganhe força: esta é a razão pela qual uma das questões mais importantes sobre a desordem da informação online diz respeito à confiabilidade das fontes.

[1]<https://www.cambridge.org/core/elements/abs/false-alarm/OA941DA922E709B1405D4640058E3442>

[2] <https://daily.jstor.org/the-backfire-effect/>

[3] <https://fivethirtyeight.com/features/why-twitters-fact-check-of-trump-might-not-be-enough-to-combat-misinformation/>

3. Facto - Verificação:

“Quem está por detrás da informação?”

A questão principal é como os usuários avaliam as informações online: mais frequentemente, quando os leitores online abordam um conteúdo da internet, a maneira mais fácil é lê-lo verticalmente. Os usuários que leem verticalmente abordam o conteúdo online como um documento impresso num jornal e – esta é a verdadeira desvantagem desta abordagem – eles são capazes de avaliar apenas o que o criador do conteúdo lhes decide mostrar.

Ao ler verticalmente, muitas vezes é impossível distinguir informações confiáveis de não confiáveis. Por outro lado, uma estratégia de leitura lateral ajuda os internautas a conhecer melhor a informação e o seu autor, tentando dar resposta à questão principal: “Quem está por detrás da informação que estamos a ver?”.

O módulo oferece uma primeira abordagem de avaliação de conteúdos online que parte de um “olhar de perto” (digamos uma abordagem de leitura mais vertical) e avança para um olhar amplo que leva em consideração toda a fonte e como o conteúdo é organizado/escrito pelos seus autores.



3. Facto - Verificação:

“Quem está por detrás da informação?”

- **Da leitura vertical à leitura lateral**

Antes de entrar nas estratégias e técnicas de leitura lateral, existem algumas etapas que devem ser seguidas ao ler qualquer conteúdo online, exemplificadas pelas 4 perguntas abaixo.

Responder a essas perguntas simples é um bom começo para sermos leitores laterais:

1. Qual é o propósito do conteúdo? A linguagem parece apropriado de acordo com o tópico?
2. As informações são apoiadas por evidências?
3. Quem é a organização/o autor que produziu o conteúdo?
4. Quando é que a informação foi publicada?

O primeiro passo diz respeito a uma abordagem de lista de verificação: uma análise pontual do conteúdo com o qual os usuários estão a lidar poderia fornecer uma primeira estrutura interpretativa para orientar os leitores. Os usuários devem levar em consideração:

- O estilo narrativo: as declarações são factos ou opiniões? O ponto de vista parece objetivo e imparcial? A linguagem ou o tom parece tendencioso e livre de emoção?
- Há algum erro ortográfico (ou gráfico)?
- Qual é o objetivo da informação: Informar? Ensinar? Vender? Entreter? Persuadir?

Além disso, a segunda etapa diz respeito a uma abordagem de lista de verificação: as evidências que devem estar presentes dentro do texto/artigo/infográfico:

- evidências: notas de rodapé, links externos, citações verificáveis;

3. Facto - Verificação:

"Quem está por detrás da informação?"

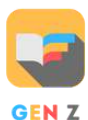
O terceiro passo afasta-se de um olhar atento para o conteúdo. Agora os usuários devem levar em conta toda a fonte (página do site) com a qual estão a lidar perguntando a si mesmos:

- Quem é o autor/fonte que produziu o conteúdo?
- As credenciais ou afiliações organizacionais do autor são fornecidas?
- Existe alguma informação de contato: página "Sobre", endereço da sede ou endereço de e-mail?
- A URL parece confiável?

O último passo tem em conta quando o conteúdo foi publicado:

- Quando é que as informações foram publicadas ou postadas? (Verifique se os links – quando presentes – são funcionais ou não: se os links não funcionarem, o conteúdo provavelmente é muito antigo)
- As informações foram revistas ou atualizadas?
- As informações são atuais ou desatualizadas para o seu tópico? (Mais uma vez, verifique os links)

Estas etapas simples são apenas uma introdução ao que é uma abordagem de leitura lateral: os usuários devem passar de um olhar de perto para uma visão que leve em consideração itens que devem (ou não) estar presentes num conteúdo/fonte confiável.



Cofinanciado pelo
Programa Erasmus+
da União Europeia

4. Avaliação de fontes

4.1. Objetivos do módulo para professores

- Refletir sobre a diversidade de fontes e suas possíveis motivações.
- Introduzir a leitura lateral na era digital.
- As ferramentas comuns usadas na sua vida quotidiana são úteis para verificar informações.

4.2. Objetivos do módulo para alunos

- Tipos de fontes e quem está por trás delas.
- O que devem fazer quando recebem uma informação? Leitura lateral: Controle das emoções – Quem está por trás da informação? – Referência cruzada com outros media – Porque é que esta fonte é confiável?

4.3. Resultados da aprendizagem

- Ser capaz de fazer um processo básico de leitura lateral ao receber uma informação.
- Usar os media confiáveis ao fazer referência cruzada com uma fonte

4. Avaliação de fontes



4.4. Resumo

Em 2018, a Universidade de Stanford observou que os alunos “muitas vezes eram vítimas de recursos facilmente manipulados de sites”, pois a sua técnica durante a verificação de fatos era ler verticalmente. Por outro lado, os verificadores de fatos profissionais deixaram o site após uma verificação rápida e abriram novas guias para julgar a sua credibilidade, chegando a melhores conclusões num período de tempo menor. O estudo sugeriu ensinar os alunos a realizar diretamente a leitura lateral antes mesmo de se preocupar em ler o conteúdo que a página tem a oferecer.

A principal questão que queremos responder através deste processo é: Quem está por trás da informação? Conhecer essas informações permitir-nos-á entender se podemos ou não confiar na fonte. A identificação da pessoa ou entidade que produz a informação permite-nos compreender:

- O processo de publicação: se existe alguém verificando a qualidade dos dados utilizados e se a página ou media possui um sistema de correção de possíveis erros.
- A especialidade: A pessoa ou entidade é especialista no assunto que está a publicar ou a compartilhar? Se for uma revista geral, cita fontes confiáveis?
- O objetivo: Porque é que esta informação está a ser publicada? Que interesse pode ter a pessoa ou entidade em partilhá-la? Podemos dar um contexto qualitativo à informação.

4. Avaliação de fontes



É importante notar que esta pergunta visa dar-nos um contexto objetivo independente do viés dos próprios alunos. Esses itens não querem verificar se as suas crenças coincidem com as informações publicadas, nem querem tomar uma decisão com base na sua opinião. Apenas tentam entender se a fonte produz informações confiáveis, verificando a transparência e a experiência do editor, e querem ajudar a colocar um contexto em torno de uma afirmação.

Para verificar esse contexto, várias estratégias podem ser adotadas. A Wikipedia é uma boa maneira de começar, pois podemos encontrar pistas sobre a fonte que estamos a verificar. Não se esqueça que a Wikipedia é editada por um grande número de pessoas ao redor do mundo, muitas delas especialistas nas suas áreas, que verificam e atualizam constantemente as páginas. Pode não ser usado como uma fonte final, mas, como dito, pode dar-nos pistas sobre as características a serem verificadas e as fontes onde verificá-las, já que quase todas as declarações são referenciadas.

4. Avaliação de fontes



Però podem trobar que la font no té cap article relacionat amb la Wiquipèdia. O volem comprovar encara més una pista que hem trobat. Què podríem fer llavors? Podríem comprovar què diuen altres fonts (fiables!) sobre la font. Quins són? Bé, fonts oficials (com ara governs, departaments de salut, organitzacions internacionals), fonts de referència (diccionaris o enciclopèdies) o mitjans grans, coneguts i fiables (revistes, revistes especialitzades, canals de televisió)...

Us proposem mostrar aquest procés mitjançant un exemple pràctic, destacant que per comprovar la credibilitat de la font sempre obrim una nova pestanya (per tant, el nom de lectura lateral). Un bon exemple és l'ús de la coneguda marca Nike. Podem preguntar als alumnes què saben de Nike i després mirar la seva pàgina web (lectura vertical) per veure què diuen sobre ells mateixos. Després fem una recerca de Nike a la Wiquipèdia i trobem, a més de la informació de l'empresa, moltes controvèrsies amb les quals es van barrejar (per exemple, denúncies de treball infantil). Aleshores podem cercar-los (és a dir, "Nike treball infantil") a Google i trobar mitjans fiables que en parlin. És important que els estudiants apreciïn que aquesta informació no es pot trobar a la pàgina de l'empresa. Altres exemples es poden mostrar de la mateixa manera, demanant als alumnes que ens expliquin el següent pas. Com acció complementària a la verificació de fets, els estudiants poden posar en pràctica les seves habilitats i coneixements a l'hora de treballar en grup per identificar i verificar continguts. Un cop feta la verificació i corregida, convertir-la en un guió per gravar un vídeo al Tik Tok.

4. Avaliação de fontes



Mas podemos descobrir que a fonte não possui um artigo da Wikipedia relacionado. Ou queremos verificar mais uma pista que encontramos. O que poderíamos fazer então? Poderíamos verificar o que outras fontes (confiáveis!) dizem sobre a fonte. Quais são elas? Bem, fontes oficiais (como governos, secretarias de saúde, organizações internacionais), fontes referenciais (dicionários ou enciclopédias) ou grandes meios de comunicação conhecidos e confiáveis (jornais, revistas especializadas, canais de TV)...

Sugerimos mostrar esse processo através de um exemplo prático, ressaltando que, para verificar a credibilidade da fonte, criamos sempre uma nova etiqueta (daí o nome de leitura lateral). Um bom exemplo é usar a conhecida marca Nike. Podemos perguntar aos alunos o que eles sabem sobre a Nike e, em seguida, consultar a sua página da internet (leitura vertical) para ver o que eles dizem sobre si mesmos. De seguida, realizamos uma busca pela Nike na Wikipédia e encontramos, além das informações sobre a empresa, muitas polémicas nas quais foi envolvida (por exemplo, denúncias de trabalho infantil). Podemos então procurar (ou seja, 'trabalho infantil da Nike') no Google e encontrar os media confiáveis que falaram sobre isso. É importante que os alunos percebam que essas informações não foram encontradas na página da empresa. Outros exemplos podem ser mostrados da mesma forma, pedindo aos alunos que nos digam o próximo passo.

4. Avaliação de fontes



Como dito, o outro objetivo de saber quem está por trás de uma informação é entender o seu objetivo de compartilhá-la. Identificar isso nem sempre é fácil e tomar como informação um vídeo cujo objetivo real é influenciar ou desinformar é potencialmente perigoso. Um bom exercício para aprender a importância de identificar a motivação de uma fonte em relação a um assunto é compartilhar com os alunos ambos (uma fonte e um assunto) e fazê-los investigar, por meio da leitura lateral, o objetivo que a fonte pode ter. Alguns dos exemplos podem ser mais evidentes (exemplo: OMS e covid-19) e outros mais complicados (Futebol e CVC Capital Partners; ou Tênis e Gerard Piqué).

Com esta pesquisa, podemos identificar que a fonte da informação não merece o nosso tempo, pois não tem confiabilidade sobre o assunto de que se está a falar. Ainda assim, existe a possibilidade de continuarmos duvidando de sua confiabilidade, embora não encontremos provas suficientes para desacreditá-la imediatamente, então podemos decidir aceitar a informação e verificar as evidências fornecidas pela fonte. Assim, surge a segunda questão-chave do nosso processo: Que evidências a fonte oferece?

4. Avaliação de fontes



Normalmente, se uma alegação duvidosa não for suportada por alguma evidência, o resultado mais provável é que ela não seja confiável. Apesar disso, o facto de um fragmento de informação compartilhar alguma evidência não torna automaticamente a afirmação confiável: a evidência pode não ser confiável em si, ou pode não demonstrar realmente o que a alegação assegura. Encontre alguns exemplos de ambos os casos (não mostrando nenhuma evidência e dando algumas que são enganosas) para ilustrá-los. Você também é incentivado a mostrar um exemplo de um artigo surpreendente de uma fonte confiável e analisar as evidências que ele oferece para comparar as fontes usadas em ambos.



4. Avaliação de fontes



BIODIVERSITY >

The animals are shrinking, two-by-two

From mice and whales to birds and salamanders, many species are decreasing in size and experts are unsure as to the cause



A genetic variation that allows salmon to spend four years at sea and reach 20 kilograms in weight is disappearing among Atlantic salmon in Finland.

MIKKO KYTÖKORPI

Finalmente, podemos verificar as informações. A terceira pergunta no nosso processo de verificação de factos é o que as outras fontes dizem sobre a alegação? Os alunos podem procurar o que os verificadores de factos, os media confiáveis, as instituições reconhecidas, os especialistas de renome disseram sobre as informações que se está a verificar e se são ou não necessárias. Um bom exercício para realizar essa prática é mostrando algumas afirmações polémicas em diferentes formatos (algumas genuínas e outras falsas ou enganosas) no quadro e pedir aos alunos que observem o que fontes confiáveis dizem sobre elas.

Link

5. Verificação de factos na sala de aula

5.1. Objetivos do módulo para professores

- Orientar os alunos através de um processo de verificação de factos: encontre e reconheça conteúdos verificáveis, procure se alguém já verificou os factos, pesquise em mecanismos de busca, identifique fontes confiáveis e categorize as afirmações.
- Promover um debate sobre as diferenças entre as categorias de fact-checking: falso ou enganoso? É possível verificar os factos da declaração?

5.2. Objetivos do módulo para alunos

- Aplicar os conhecimentos adquiridos durante as sessões: Use mecanismos de busca de forma eficaz e reconheça fontes confiáveis. A importância da Wikipédia.
- Apreciar a subtil diferença entre os veredictos: falso, enganoso ou não verificável?

5.3. Resultados de aprendizagem

- Subtilezas da verificação de factos: a dificuldade por detrás de um veredicto.
- Aprender e aplicar capacidades de debate.
- Da teoria à realidade: entender que todas as capacidades aprendidas nas sessões são fáceis de usar no dia a dia.

5. Verificação de factos na sala de aula

5.4. Resumo

Esta sessão é essencialmente prática. Espera-se que os alunos ponham em prática todo o conhecimento que acumularam durante as sessões anteriores para fazerem a sua própria verificação de factos. O objetivo é enfrentar uma afirmação e tentar responder às seguintes perguntas para comprová-la:

- Quem é a fonte por detrás da mensagem? É confiável? Que motivações pode(m) ter o(s) autor(es)?
- Identifique a reivindicação
- Verifique as evidências
- Verifique as informações



5. Verificação de factos na sala de aula

Uma das etapas mais importantes – e difíceis – da verificação de factos é atribuir uma categoria à afirmação. Conforme estudado, existem muitas categorizações diferentes, mas as quatro fundamentais são as seguintes:

- Verdadeiro
- Enganoso
- Falso
- Não verificáveis

Uma rápida análise pode resultar numa sensação fácil na classificação de afirmações. No entanto, este processo não é tão simples: às vezes a diferença entre falso e enganoso não é clara. Às vezes, o próprio julgamento pode classificar uma afirmação como falsa, quando na verdade é uma opinião ou uma referência ao futuro (e não pode, portanto, ser verificada).

Esta sessão é sobre fazer a verificação de factos dos próprios alunos, mas é importante que eles percebam essa dificuldade. Por isso, é importante que o professor procure algumas afirmações que não sejam tão óbvias e tente iniciar um debate entre eles.

5. Verificação de factos na sala de aula

5.5. Exemplos e dinâmicas

O professor terá selecionado cinco ou seis declarações para serem verificadas. Estas devem ser sobre um tema que seja familiar aos alunos e à narrativa da escola. Idealmente, alguns deles devem ser falsos, outros enganosos e um ou dois devem conter algumas palavras que não são verificáveis (uma opinião misturada com dados). É importante que essas alegações já tenham sido verificadas antes, e algumas delas devem ser mensagens de longa circulação.

O professor deve dividir a turma em pequenos grupos (cerca de cinco alunos por grupo) e cada um deve escolher uma afirmação.

Enquanto os alunos estão a trabalhar na sua verificação de factos, o professor deve caminhar pelas mesas e dar dicas e alguma ajuda, se necessário. Também deve fazer perguntas para ter a certeza de que os alunos estão a seguir os passos que aprenderam.



5. Verificação de factos na sala de aula



Na parte final da aula, o professor lança um debate sobre veredictos: foi fácil decidir, para cada afirmação? Onde é que os alunos tiveram dúvidas? Porquê? O professor deve preparar algumas pequenas alterações nas afirmações que as tornem mais difíceis de classificar.

Por fim, deve explicar que aquelas dúvidas que surgiram durante a sessão e que foram debatidas entre os alunos são também debatidas entre fact-checkers, e que muitas vezes dois especialistas dariam veredictos diferentes à mesma afirmação. O ponto de vista está sempre presente, mesmo que tentemos ser o mais objetivos possível.

The digital books creator



SOCIAL BOOKS CREATOR

Archilabò – Società Cooperativa Sociale

O Social Books Creator (criador de livros sociais) (SBC) é um aplicativo da web projetado para a criação de recursos digitais altamente acessíveis, chamados Social Books (Livros sociais) devido à sua natureza cooperativa.

O SBC permite a escrita colaborativa, através da criação de um grupo de autores, que pode ser composto por um professor (ou mais de um) e alunos; eles podem escolher juntos o tema do Social Book e co construir seu conteúdo, layout, extensão e outros aspetos tipográficos. O aplicativo da web está disponível em diferentes idiomas: italiano, alemão, holandês, romeno, espanhol e inglês.

O SBC inclui dois recursos principais

Social Books Editor: o editor adequado para escrever livros didáticos digitais inclusivos e multimídia;

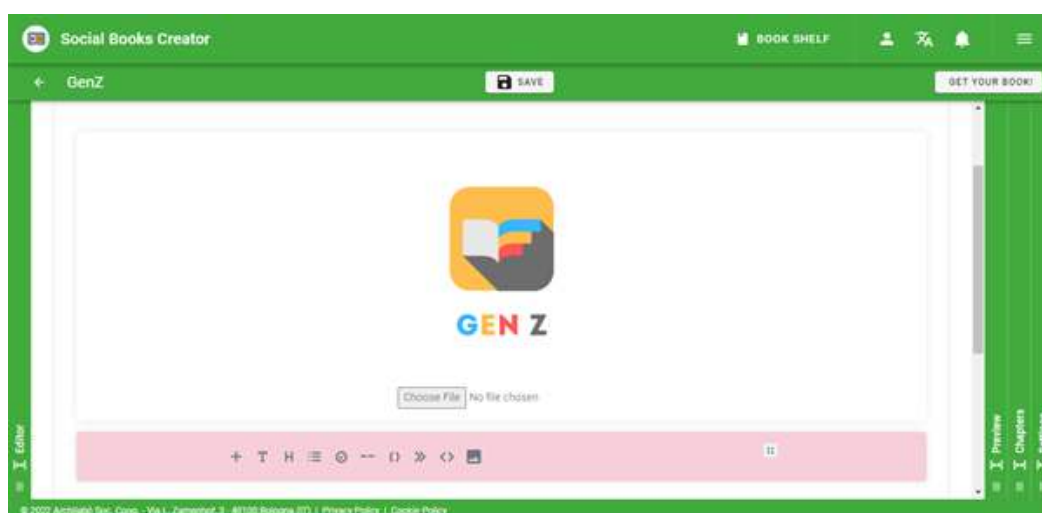
Social Books Cooperative Press: um repositório de livros didáticos digitais acessíveis criados com o Social Books Editor. Aqui, os usuários podem navegar ou baixar Social Books sem qualquer registo ou taxa.



The digital books creator

Para utilizar o editor do Social Books, sugerimos seguir este procedimento:

1. Criação de uma conta;
2. Definir a seção de informações do perfil;
3. Criação de um novo livro e definição das configurações do livro (fonte, orientação da página, Licença Creative Commons e etc);
4. Organização da estrutura dos capítulos que corresponderão ao Índice do livro;
5. Criação de um grupo e divulgação do livro. O processo de colaboração no Social Books Creator é baseado em diferentes papéis e responsabilidades: o dono do livro aprova ou nega modificações propostas por outros membros do grupo.
6. Cada membro do grupo pode inserir diferentes tipos de conteúdo (texto, checklist, lista, imagem, código html, outras linguagens de codificação, links e assim por diante);
7. Uma vez finalizado o Livro Social, o titular poderá publicá-lo no repositório Imprensa Cooperativa e colocar os Livros Sociais à disposição do público.





The digital books creator

- **Metodologia colaborativa digital para criar livro didático digital.**

Se deseja trazer o Social Books Creator em suas atividades diárias de ensino e aprendizagem, aqui encontra algumas indicações e passos que pode seguir para apoiar seu trabalho e engajar seus alunos na criação de conteúdos digitais.

A metodologia é dividida em 6 fases de acordo com uma ordem cronológica de tarefas que potencializam o desenvolvimento de habilidades digitais e habilidades de cooperação.

Fase 1: Tópico e objetivos

- Escolha com seus alunos o tema dos Social Books: você pode apresentar algumas alternativas possíveis para a turma ou ilustrar um tema previamente estabelecido;
- Decida junto com os alunos quais são os objetivos finais da atividade.

Fase 2: Divida os alunos em grupos

- O critério para a distribuição dos alunos em grupos pode ser baseado no estilo de aprendizagem dos alunos ou nos tópicos de sua preferência. Quanto mais heterogêneos forem os grupos, mais habilidades relacionadas à aprendizagem cooperativa e colaborativa são aprimoradas;
- Explicar aos alunos como pesquisar e selecionar recursos online na escola ou em casa (explorar as metodologias de leitura lateral e desmascaramento para conscientizá-los sobre desinformação e desinformação online);
- Os materiais coletados podem ser compartilhados em uma pasta em um serviço de nuvem (Drive, Dropbox, iCloud...) de acordo com as preferências de sua instituição



The digital books creator

Fase 3: Seleção de materiais

- Faça uma seleção do conteúdo para inserir no SBC posteriormente: quais imagens, quais textos, quais informações cada capítulo ou subcapítulo do livro deve conter;
- Avalie com os alunos os recursos encontrados online e reforce novamente o que aprenderam sobre notícias falsas e conteúdo digital confiável;
- Recomenda-se introduzir uma discussão sobre direitos autorais, licenças e como reaproveitar materiais disponíveis na Internet.

Fase 4: Projeto e estrutura

- Iniciar a elaboração do conteúdo com seus alunos;
- Definir prioridades e ordem dos temas;
- Desenhe uma sequência acessível das conexões entre os materiais (qual é o storyboard de seus Social Books?)
- Elabore o índice de argumentos que irão corresponder à estrutura dos capítulos criados no Social Books Editor.





The digital books creator

Fase 5: Insira o conteúdo

- A cada grupo deve ser atribuído um capítulo para trabalhar;
- Lembre-se que as modificações propostas pelos alunos devem ser aprovadas pelo proprietário do grupo até que se tornem efetivas e esta pode ser uma oportunidade de discussão e confronto entre si para chegar a uma solução compartilhada;
- Observe e avalie a capacidade de seus alunos de gerenciar a escrita colaborativa e o aprendizado cooperativo.

Fase 6: Apresentação final e avaliação

A apresentação da versão final do e-book à turma deve ser considerada como parte integrante do processo de criação e é uma oportunidade de discussão entre os alunos e consigo.

A avaliação, conforme mencionado acima, pode ser direta à avaliação destes parâmetros:

- Habilidades digitais
- Alfabetização informacional, junto ao conhecimento curricular;
- Habilidades de colaboração.

Para obter mais informações sobre o Social Books Creator, visite o site:
<https://cooperative-press.eu/>

GenZ Lateral Reading in LLOR

Introduction

Initially, together with the management of our school, we agreed that we would focus the experience on the tutoring group of the teacher involved in the project by LLor, Professor Mikel Martín. His group was from 4th ESO, students between the ages of 15 and 16. A total of 30 students.

Five tutorial sessions were held. The structure was the following:

- In the first three sessions, the bases were explained from the guide on lateral reading.
- The characteristics of the people who receive information.
- The excess of information and media in the s. XXI.
- The types of misinformation.
- How to spot fake news. Basic aspects of side reading.
- Tools to contrast information.

In the two following sessions, different cases of false and true news were studied. The object was to apply the knowledge acquired in the two previous sessions to discover the key elements that allow us to reveal whether a piece of news is false or not, what intentions there are...

The initial theme to study the cases was false news around COVID, but a more diverse theme was chosen and closer to the social reality of the students. This is how issues of diets, covid, politics, immigration, the La Palma volcano appear...

Finally, students are the ones who look for false news and true news to share with other groups and play with each other to detect them.

Case studies

	Case 1 “Muslim immigrants marry girls who have European passports to become European citizens.” In a situation of increasing immigration from the Middle East, media related to the Spanish extreme right, such as Caso Aislado, launch these statements to generate division and controversy, through xenophobic messages against muslim immigrants. The news itself is already detachable because when he says that they marry girls, he already has a clear intention to exaggerate.
---	---

	Case 2 Casado: "There are teachers with instructions not to let children who speak Spanish go to the bathroom." Pablo Casado was the top leader of the Popular Party in Spain, the second party in votes. In a context in which Catalonia is committed to a linguistic model that allows the existence of Catalan in schools in the face of the inexorable advance of Spanish, politicians like Casado use lies and manipulation (he currently has a complaint in court) to generate a conflict and thus obtaining more votes in regions of Spain other than Catalonia. The news comes from a prestigious newspaper such as La Vanguardia and the video shows that Pablo Casado affirms it.
	Case 3 "Tourists dance in silence against their will under hallucinogenic effects on the beaches of Tenerife after inhaling toxic gases emitted by the eruption of the La Palma volcano. This is happening." Due to the eruption of the La Palma volcano, the fact that the gases emanating from the volcano reached the rest of the islands of the Canary Islands archipelago began to spread and could cause hallucinogenic effects. The video of the image offered the dancing of tourists on a beach that had nothing to do with the place or the moment, but with a party.
	Case 4 "Orange lady, you are confined for 7 days by health protocol. It has been worth the investment of money for the test." During the Covid pandemic, fake news circulated with great ease. When the antigen tests appeared, possible false positives were discussed... among other news, things circulated such as the fact that the acid in oranges or lemons gave positive results in that test. There was a time when the usefulness of the tests was doubted and news like this helped to increase the doubts at a time of difficulty.

Outcomes reporting

After the initial sessions in which the GenZ tool was introduced to the whole class, we divided the students into different groups to analyse the different cases applying the basic concepts learned to identify possible false news and search through reading techniques. lateral and online tools to really find out who was behind each story and if they had interests. Basically, they followed the steps to see if the news generated emotions and then they looked for information on the authorship, if there was any



ideology associated with the authorship, they looked for the source of possible images and contrasted that news in other sources.

Regarding the different cases, they were very interested in discovering the intentionality from politics to influence voters. There were three news articles in this regard and it generated a lot of debate among them. Surely the political issue, although initially it might seem uninteresting, was the most interesting on his part. The conclusion they reached is that the politicians were making headlines with a totally partisan interest, and that there were parties linked to the press that participated in the spread of false news. The case of the La Palma volcano and the case of the antigen test already warned it as false and funny at the same time, despite the fact that the covid test had generated so much doubt among the population.

Finally, they found it fun that they were the ones looking for false and true news to share with other groups and make them discover what was true and what was false. In some cases they discovered that there is true news that, even if it seems false, contrasting the source allows us to discover that it is true.

Conclusions

The pooling of all the groups showed that the learning had been successful because in most cases they were able to get to the end and in all of them they used the strategies appropriately. They found it very interesting and highly recommended to implement this program in their course. They were surprised to find out that on some occasion they had surely been the protagonists when it came to sharing possibly false news related to their interests. They found the dynamic of discovering fake news interesting.

Finally we passed a group survey to the students to collect their feedback. We can see the summary of their responses below.

1. At first glance, what feelings and emotions did this post inspire in you?

- The most common answers, depending on the case were: Hate, grace, surprise, impact, doubt, anger, disillusionment, exaggeration, injustice

2. Is it possible to detect the author or -in general terms- the origin of the message you just examined?

- The results were:

YES 86%

NO 14 %

The negative response referred to the use of twitter, especially if the account was not verified.

2a. If so, have you found any information about this? What do other sources say about the author / organization behind the content? Describe the process of your search.

- 3_I opened Twitter and saw that putting the username I could not find the Tweet. That is to say that the news is false.

- 1_Yes, looking for the name of the author of this news I was able to find that the author of this is the largest professional network in the world, and with this, we can draw the conclusion that perhaps this news is true.
- 1_There is no information about this title on google, other websites such as the sixth say that it is a source of fake news linked to the vox party.
- 2_I searched through Google doing a search on youtube in order to see other videos from their channel (the place where they took the news), this way I can know that it is what they post often. I also searched Wikipedia to find out about its history and its relationships with political entities and finally international articles on the reliability of La Vanguardia.
- 4_Looking at his Twitter account, everything he posts is similar, exaggerating and looking for controversy
- 2_I read that on Wikipedia Pablo Casado is described as a Spanish ex-politician who held the presidency of the Popular Party until April 2022. Then I searched for opinions or ways of seeing this politician on different pages and found an article in "El Diario" called "Pablo Casado does a bit of grief" in which he criticizes his way of acting politically. And I also found an article called "Pablo Casado, victim of his inconsistency" published by "L'Espanyol" which like the other criticizes his way of presiding and highlights his weakness and inconsistency and that of his team.

2b. If not, what kind of operations did you perform to locate the source by searching the search engines?

- 3_Well, in the news there was a photo of the tweet with a link to the tweet, I went in, and then I went to Twitter.

3. A. Are you able to detect the source contacts (website, social media accounts, email, address, headquarters, etc.) directly from the post? If not, how did you navigate the web to locate them?

- 4_With the post I can only know your username when you started on Twitter and your date of birth, but it could be invented. I knew this because it is the information that Twitter gives me, it is very difficult to know more when we are on a social network.
- 1_Directly from the publication, I could only find the name of the author, but searching the internet for her name and the page that puts it there I was able to find the other data.
- 1_If you search on the internet you can find your Twitter, directly from the source to any social network
- 2_You can't necessarily find them, I do have to say that the logo of the newspaper appears and that in this way you can easily identify and guess the contacts. I would say that it can be detected with the naked eye.
- 2_Yes, you can access the "La Vanguardia" Youtube channel where you can find Instagram, Twitter, Facebook, and even the official website.

B. Considering the source's website and social media, what other types of content do you usually share?

- 3_Share tweets with a humorous tone, making fake new is also a sarcastic video with a humorous intention. As far as I can tell, just upload content to Twitter.
- 1_This website usually shares different content related to cases around the world ...

- 1_ They say it's a fake news story linked to the vox political party
- 2_Usually shares short videos of news, interviews, and information about national and international political events.
- 2_Usually shares the content of all kinds such as sports, economy, social, society, international, events, cities, and opinions.

4. Does the language of the publication seem appropriate and correct? If not, highlight phrases, words, or graphic notes that make you hesitate.

- 3,4Personally I find it appropriate for the type of content you upload. Use one tone or another depending on the joke or comment you want to make, then you should not always use the same style.
- 1_At first glance, the language seems appropriate and quite correct.
- 1_Yes
- 2_It seems appropriate, the headline is a quote from a phrase said in a political speech with a politician who does not contact you with reality, but the newspaper makes it quite clear that it is not necessarily what they think.
- 3_It's correct, it's in English, most people can understand it, and the news is well worded
- 2_I think a fairly appropriate and formal vocabulary.

APPROPRIATE 86 %

NON APPROPRIATE 14%

5. Is it possible to detect the date of publication? Otherwise, how can you find proof of the time to which the news/photo belongs? Can you tell if the information/content has been reviewed or updated?

YES 86%

NO 14 % (CASE 2)

6. What about the topic/theme of the post: what do other sources say about the information / topic it deals with? Describe the process of your search.

- 3_The tweet criticizes the fake news about the volcano of La Palma. In the journalistic article of the link different tweets meet, some humorous, others of people spreading fake news, in these cases the journalist responds to them all with a logical explanation, and other tweets with people who do not believe in the volcano is that is, volcanic negationists, in these cases an explanation is also given.
- 1_Searching the internet I was able to find related information but not directly the same as in the publication and with the same content / information / news.
- 1_I googled the headline of the news and nothing came of it
- 2_Most sources say the same thing as in this post. If we look for articles about the same event we find that most newspapers are limited to quoting Pablo Casado and not making riskier headlines.
- 3_There are people who take this fact out of context, and others who deny it, are two opposing sides. I just searched Twitter for the name Obama and the woman in the news.
- 2_I searched the internet for the different opinions of Pablo Casado's speech which was harshly criticized as it is said to be fake news.
https://www.lavozdegalicia.es/noticia/espana/2021/12/19/criticas-casado-docentes-dejan-ir-bano-habla-castellano/0003_202112G19P20994.htm And I have also found the

publication of "El Diario" which is totally against these words.

https://www.eldiario.es/galicia/pablo-casado-alimenta-bulos-hablan-ninos-torturados-catalunya-hablar-castellano_1_8589801.html

7. A. How can you contrast that the visual material (photo / video / infographic) is real and not manipulated? Can you find out its origin?

- 3_If I go to Twitter and look for the user, all his tweets will appear. If I click on the account's tweet search engine and type "tourists," I find the tweet in the photo and I can check that the capture isn't manipulated.
- 1_Finding out if the author and website are trustworthy. Looking to see if there is other similar news to see if it is true and not distorted news...
- 1_No photo
- 2_Looking at the headline and the features, the post I determined was from a youtube video and I searched for its headline. In this way, I have verified that the photograph and the video are evidently from a speech by Pablo Casado in which he uttered the words of the headline.

After implementing the pilot program, the management and teaching team were informed about the advisability of introducing it into the 4th ESO tutoring program for students from 15 to 16 years old.

GenZ Counter-Narratives Activity in Llor

Introduction

Between December 12, 13 and 14, 2022, six groups of three and four people from 4th ESO were formed to prepare a current affairs project and in which they were asked to delve into it looking for false news that was related. Three face-to-face sessions were held and then they had more time to finish their videos. These products were presented as part of their projects, all related to the different conflicts of today.



Initially, they were presented with the basic ideas to unmask fake news with the help of the GenZ Tool working papers. Different examples of fake news were presented and the different elements studied were applied to unmask them. The next step consisted of searching for false news within their current affairs project and once detected and contrasted, making a tik-tok that synthetically explained the keys to why they were false, unmasking it. Previously, they were provided with a template to create a script

that would allow the video to be structured before putting it into practice. Despite the fact that six groups initially participated, only five made the script and four the videos, despite the fact that one of them was not a tik-tok.

The final products were very interesting because of their diversity. We expose the three that became tik-tok.

Case studies

	Case 1 “The Kremlin accuses the United Kingdom of blowing up the Nordstream gas pipeline.” This group was carrying out a project on the Russian invasion of Ukraine and the socioeconomic consequences worldwide. In this context, they searched for the news of the blowing up of the Nordstream gas pipeline and some news about it, specifically one that revealed that Russia accused the United Kingdom of the blowing up that took place, all through the interception of a conversation between the Prime Minister of England with the American Secretary of Defense that took place just after the bombing and that was taken out of context by the Kremlin to falsely accuse them.
	Case 2 “The ministry of equality invests millions of euros of public money in a 25N campaign” The news was in the context of the commemorative acts of 25 N, day of the elimination of gender violence against women. The left-wing coalition government in Spain launched a media campaign that took advantage of media related to the right-wing opposition parties to decontextualize the investment of public money that had been allocated to that campaign. It is what denounces and unmasks this tik tok.

	Case 3 “Qatar hangs homosexuals” During the project, there was controversy over the organisation of the World Cup by Qatar, a country that raises doubts regarding respect for human rights. In this context, a story was circulating on the networks that accused Qatar of hanging homosexuals. The students unmasked the news, revealing that the photographs corresponded to an act of protest held in Germany against executions carried out in Iran.
---	--

Outcomes reporting

In July 2022, during the Joint Staff Training Event in Barcelona, the teachers from the different participating schools attended the preparation session. Verificat colleagues presented us with the option of making tik tok videos with our students as a methodology to debunk fake news. This option was valued positively due to the increase in the use of this social network among our students.

Taking advantage of current projects by 4th ESO students (16 years old), the possibility of deepening their study was presented by making tik tok videos to unmask false news on the subject they were studying. A group of 23 students was formed, corresponding to a total of 6 work groups that attended the three training sessions. During the sessions they were trained to discover false news and from there, look for news of these characteristics within their projects and use what they learned with lateral reading techniques to dismantle it. Subsequently, each working group prepared a script, following the template proposed by Verificat to move on to making the tik tok video.

Finally, 5 of the six groups submitted their script proposal and only three of the six made a tik tok video. One group chose to make a presentation. The reasons for not preparing the videos were related to the opposition to disseminate their project on social networks, basically out of shame. The three groups that presented them valued their participation very positively and enjoyed the preparation and editing of the video. The three tik tok's are different. In one they show themselves talking, in another they opted for the option of dancing and showing written text, and in the other video they choose to speak and show only images from the news. To do this, we believe that it is key for teachers to leave a space for freedom and creativity for the video format. It is also interesting that it is the students who choose the specific theme, possibly within a more general proposal launched by the teachers.

Conclusions



The students who participated in the elaboration of the tik toks valued it very positively and encouraged them to include the proposal in the 4th ESO tutoring classes. This group of students, along with the one that participated in the implementation of the lateral reading techniques from the previous year, were invited to share their experience with other schools and all of them wanted to attend, thus showing their interest in the activity.

From the teaching staff, we are convinced of the need to include these proposals within the course programming. We find the methodology very appropriate because of how attractive it is to most students to be able to share their experiences with others.

GenZ Lateral Reading in Kürt Alapítványi Gimnázium

Introduction

The fake news articles were collected in two groups.

Group 1: They have been studying at Kürt for two years. They completed a year of intensive language learning and this is their second year in normal secondary education. They will graduate in 2024. They are very sensitive to controversial topics and have a democratic mindset. They chose the topic of hate speech but found that it is very difficult to avoid politics when it comes to the combination of hate speech and fake news so I let them choose any articles that contain fake news in the end. However, we left one of those articles in the collection for reference.

Group 2: They started Kürt Grammar School this year. Having worked together only for one month, we were busy with other topics (like getting to know each other) and mainly focused on strengthening their grammar. They were given a free hand in choosing the topic and the media of the news item, the only guiding principle was that they had to avoid politics related articles.

We took the fake news articles collected by these students and removed every piece of information related to the source of the article. What was left was the title, the picture(s) and the text itself. Before starting the work on the fake news articles in the two groups, we introduced them to the different types of fake news using extracts from the Gen-Z Guide and the ppt we prepared for the occasion. For the second phase of the work, we chose different groups: eleventh graders and ninth-graders. They hadn't seen the articles before and were interested to gather information about them. They worked in groups of 4-5.

Relevance of topics:

Hate speech is relevant in Hungary because people sometimes find it difficult to accept views, behaviours etc. that are different from the ones that are considered normal. In our school difference is a treasured value and being accepted is one of the fundamental rights, therefore hate speech is something that students are taught not to tolerate. The targets of hate speech could be all kinds of differences: sexual orientation, national identity, those who accept vaccines, those who do not accept vaccines, etc.

Vaccines are another controversial topic in Hungary, which many people get emotional over. It was difficult to find the truth among all the false information that we encountered, which didn't make it easy for people to believe in the efficacy of vaccines.

We found an article that was published on 1st April and was intended to be false but looked so scientific and professional that many people actually believed it was true although it is obviously a lie. It shows how easily people can be deceived and the article itself is very funny.

Case studies



Case 1

The article says that floating bunnies have been photographed recently by a nature photographer. The explanation for the strange phenomenon was that these creatures consumed higher amounts of helium due to their diet and this made them 'fly'. Their strange ability even made them quite dangerous for airplanes near airports.

Váratlan helyekről éri a gyerekeket a
LMBTQ-propaganda



Case 2

According to the article children have become one of the primary targets of LGBTQ propaganda. Today, LGBTQ sensitization can also be found in stories for young children, which has been integrated into the school curriculum in more and more places with the participation of various lobby groups. These ideas have many supporters even in the world of science, and highly controversial theories are emerging that make it natural, for example, for a young child to think of himself as transgender, and parents accept this and are preparing for gender reassigning surgery. As such extremist tendencies and movements as 'Black Lives Matters' (considered by some to be a terrorist organization), or the radical Antifa, have become more prominent within international left-liberal interest groups, extremism is becoming increasingly prominent among the left's central gay agenda.

Through various campaigns, they try to make the majority of the society accept the increasingly extreme aspects of the LGBTQ subculture.

They also try to start sensitizing children as young as possible, and in this the corporate world and (left) cultural policy are often willing partners. For example, an education portal called Welcomingchools.org urges teachers to explain the various terms and definitions of the LGBTQ subculture to primary school children in detail.

Among other things, the teaching of terms such as cisgender, gender expansive, non-binary, intersex, pan-sexual, and transgender is suggested. In addition, on HR issues, the organization affiliated with the Soros network also encourages educators to cite specific examples along with the various terms for the sake of clarity.



Case 3

Alexander Gincburg, director of the Gamaleja Institute, which developed the first Russian vaccine against Covid-19, said at a meeting on Friday that after Sputnik V, patients could be revaccinated with "any" widely used vaccine against the new coronavirus. The academic specifically named Moderna, Pfizer, and AstraZeneca. He added that the manufacturer is responsible for any side effects caused by these vaccines.



Case 4

The caption says that in Italy people started to cover crosses in cemeteries because they don't want to offend anyone with different religions. This isn't true. Based on a tradition, they veil the crucifixes and statues in cemeteries and temples a week before Easter beginning from Palm Sunday (it is the day when Jesus went to Jerusalem). The statues and crucifixes are unveiled before Easter and this tradition is a kind of preparation for one of the most important Christian festivals.

Outcomes reporting

Even though the students usually worked with the material at the end of their school- day, in their sixth or seventh lessons, they were interested in the topic and were eager to work. They were quick to find the source of the article but were less enthusiastic about delving deeper into the topic and finding more information about the theme or the author of the article. They quickly understood the task and the importance of learning how to deal with the fake news phenomenon. As for the topics of the articles, they found them relevant for the topic of fake news as well as for their age group. After working with the students for several hours, it seemed to us that they need this kind of training even though sometimes they think they already know what dangers they are facing on the Internet.

Case 1: This is a funny article that was published on the first of April. It was intended to be fake but it was so brilliantly made and looked so genuinely scientific that many people actually believed it was true.

Case 2: The students chose this article because they are very tolerant and quite sensitive to such topics and think it is their right to know as much as possible about this one in particular.

Case3: The fake news phenomenon became much more serious due to the Covid-19 epidemic, partly because of the new and unknown virus, partly because of the restrictions and the resulting isolation of people that the epidemic caused. This is what made the topic extremely relevant for both the students and the research.

Case 4: The topic of migration and migrants is quite controversial in Hungary, that is why students chose articles related to this topic as well. It shows how easy it is to mislead people who do not know much about other people's culture with articles that show a phenomenon from a specific, possibly incorrect angle.

After we were acquainted with the different types of fake news on our second transnational meeting, we could see that the students' collections demonstrated an array of different kinds of disinformation (satire, false context, misleading content) – as if they had consciously tried to collect different kinds of news items.

Students' responses:

1. Students said they often felt something was not right about the articles, found them strange or even shocking.
2. The majority of the students easily found the source of the article but three groups out of the fourteen couldn't find the source.
 - 2.a About half of the groups found further information about the author of the article in the article itself but only one or two groups went on to look for more information about the author on the Internet.
 - 2.b The students used search engines, mainly Google.
- 3.a Some of the groups searched for more information on the webpage where they found the article, most of them didn't understand the question.
- 3.b The students found different contents the webpage of the sources shared, e.g. political articles, articles related to nature, health, vaccines etc.
4. Most of the groups found the language of the article appropriate, only two groups found the language offensive
5. Five groups found the date of publishing, one group couldn't find it.
6. Three of the groups looked at other sources in connection with the topic of the article. They found that other sources had similar opinions, or, in connection with the floating bunnies, they couldn't find any articles on the topic because it was obviously fake.



7.a Most of the students couldn't judge if the pictures were fake or not, in the case of the bunnies they thought they were actually hopping, not floating.

7.b Students tried to establish a connection between the picture and the article.

Overall, we considered the implementation of the project a success in our school. Both teachers and students who were involved in the process found it useful and rewarding to discuss the topics and work with the articles.

GenZ Counter-Narratives Activity in Kürt Alapítványi Gimnázium

Introduction

Date of production: November 2022

Description of the students:

The counter-narratives were created by a 10th-year class (students aged 16-17). First we introduced the topic to them: we talked about fact-checking companies (Verificat, Spain, Pagella Politica, Italy and Lakmusz, Hungary). We also showed them the articles collected by the other groups earlier as well as the teacher video we had created during the Joint Staff Training Event. After that, we introduced the script format and showed the students how to make Tik Tok videos (they were probably better at it than us).

Cider (that is their chosen name) is not an easy class, they are very creative and inventive but have their own way of thinking, which teachers often find hard to deal with. In this project they were cooperative and even enthusiastic, they found the task inspirational.



Case studies

	Case 1 In this video the students claim that bunnies don't fly and there are no plants containing helium. They also cite that the article was published on April Fools' Day.
	Case 2

	In the second video students wanted to point out that there were some fake news in connection with the Covid-19 epidemic and the vaccines, which made it difficult to fight the epidemic. They also claim that spreading fake news has become much easier and faster in the age of social media.
	Case 3 In the third video the students showed they were really inspired by the teacher video. They list some 'facts' that serve as evidence that the missiles that struck Poland had come from the Ukraine, not Russia.
	Case 4 In the fourth video the students call attention to the fact that celebrities can also spread fake news and are quite effective in that, too. The students warn us and their fellow students to check information from multiple sources.
	Case 5 The fifth video is about homophobia. The student claims that in Hungary homosexuality is not accepted by many people. He denies that in schools there is gay propaganda encouraging young children to undergo gender re-assigning surgery.

Outcomes reporting

During the Joint Staff Training Event in Barcelona, in July 2022 we, teachers, learnt the methodology of creating a TikTok video that would help debunk fake news. We watched several samples and were given a template to write the script and design the video. We also created our own version using one of the article from the fake news collection of our school described earlier.

In Hungary, we started to implement the project in autumn, 2022. Before the video project, we prepared a summary translation of the disinformation presentations we had received from our partners, Verificat and Pagella Politica in our meetings. We presented the translation to our students and also showed them sample videos. We wanted to bring the topic as close as possible to them, therefore, after students were introduced the topic, we invited two journalists from Lakmusz, which is one of the Hungarian fact-checking companies. They made a presentation for the students, who actively participated and made wise remarks during the



presentation. The fake news articles the two representatives of Lakmusz brought were in Hungarian and they were about the ongoing protests by Hungarian teachers taking place in Hungary.

After this lengthy introduction, we thought the students were ready to start creating their videos. During the counter-narrative test, we decided to give the students as much freedom as they required. They could choose the topic and the format of the video but all of them considered it important that the videos should be educational as well as entertaining.

The videos have shown how much the students learnt during the whole process: in the videos they shared techniques to avoid being deceived by false information. They took the task very seriously and carried out quite some research into their chosen topics. They decided not to stick to the original Hungarian fake news collection but chose new topics as well, flat-earth believers and the Ukrainian war, according to their taste and interest.

The videos differ in layout: some students found it embarrassing to appear in the video, others found it absolutely natural. That's why they chose different formats – we didn't force them into appearing in the video at all. We could see that the students were definitely inspired by our video: they decided to use the same article or the same layout, expressions, and were even trying to imitate us in one of the videos.

Conclusions

We are thoroughly convinced that our students learned a lot during the process: they had been familiar with the fake news phenomenon, but they had never thought they could use TikTok videos to help the fight against them. They hadn't known about the Italian, Spanish and Hungarian fact-checking companies, either. Overall, the implementation was really successful and informative for all the participants.

GenZ Lateral Reading in Real Colégio de Portugal

Introduction

The topic was introduced to the classroom in 2 phases through 3 classes and workshops. A total of 20 students participated in the activities, and the classroom was divided into five groups of 4. The topic of fake news and the methodologies was introduced to a student through PowerPoint presentations and Q&A sections, and workshops where students were asked to apply the fact-checking methodologies to case studies. In the first phase of the introduction to the topic, 20 students were recruited to participate in the project. Over the course of the second phase of introduction to the topic, workshops and info sessions were used to teach students the fact-checking methodologies of Lateral and Vertical Reading using the lesson plans shared through the Gen z guideline. Through 3 workshops, the dissemination of the fact-checking methodologies allowed students to collect 5 case studies of fake news distributed on social media and circulated in Portugal. These case studies were analyzed through the questions shared in the Gen Z tool.

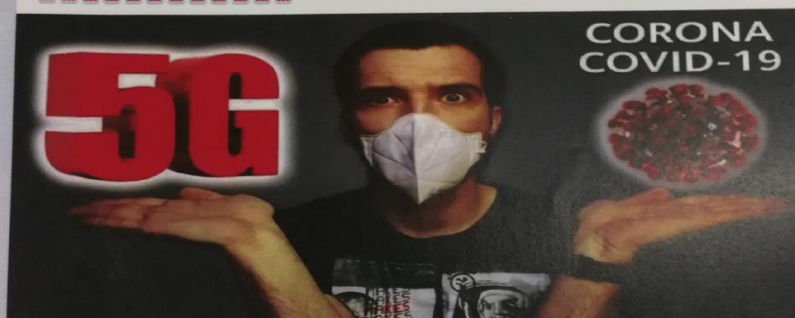
Case studies (please add lines if necessary)

	Case 1 Case study 1 is a report on singer Justin Bieber's alleged death. “There are reports that Justin Bieber was in a minor car accident this week while driving in a Ferrari in Los Angeles. Even the police confirmed that the undersized pop star was in an accident.”
	Case 2 Case study 2 is a post that relates Covid-19 's vaccine and 5G technology. “Every Psychosis pandemic was necessary because the world government in the shadows would vaccinate and install a chip to kill people in large quantities, in order to

OMS, mas a Alemanha violou a regra, agora a OMS haverá processos judiciais em todo o mundo por encobrir tantas mortes e o colapso das economias de muitos países e todos vão entender porque foi emitida a ordem para enterrar os corpos imediatamente sem uma autópsia e marcá-los como extremamente contaminantes.*

Aqui está o porque o gel antibacteriano e o dióxido de cloro funcionam...

Toda a PSYCHOSIS PANDEMIC foi necessária porque o governo mundial nas sombras quer vacinar e instalar um chip para matar as pessoas em massa, para controlar a população e reduzir a população mundial.



244

70 comentários 115 partil

Gosto

Comentar

Partilhar

control the population and reduce the world population.”

news/posts/2736523983227025)

Olhar Atual

13 de dezembro às 09:10

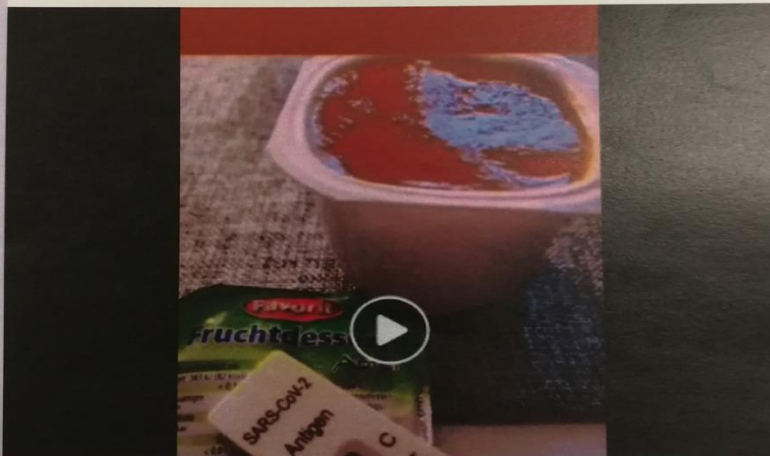
Casos na Europa estão "subindo" muito segundo as estáticas...

Com base nesse critério o Lockdown na Alemanha tanto quanto na Áustria e em muitos países europeus serão prolongados até o ano que vem, e quem sabe não possa ser ainda novamente adiado?

É realmente uma situação preocupante onde temos muito "medo" do vírus, né?

Ainda mais quando até mesmo um Pure de Maça da resultado positivo para Covid.

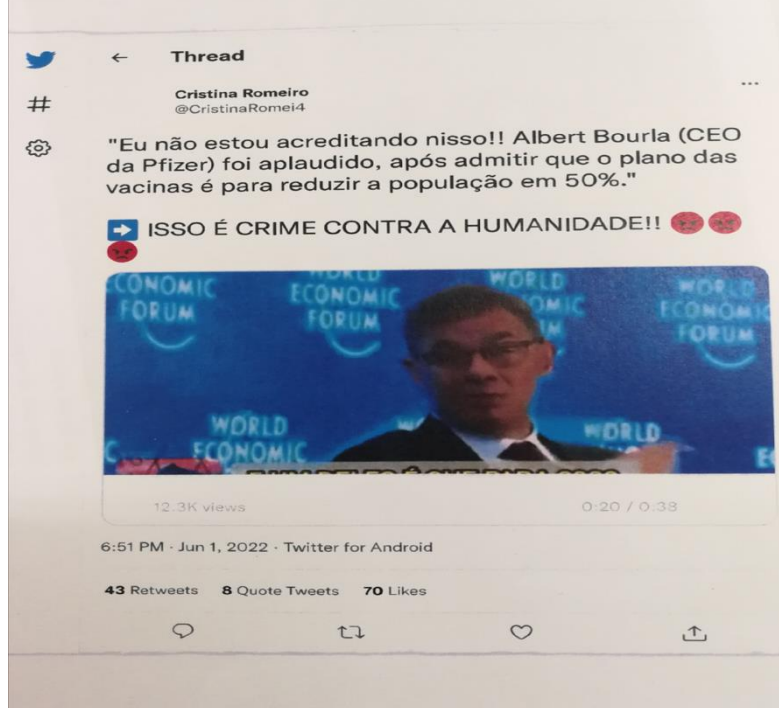
Por Michel Marina



Case 3

Case study 3 attempts to debunk Covid-19 test efficacy.

“Cases in Europe are rising a lot According to statistics, based on this criterion, the lockdown in Germany as well as in Austria and in many European countries will be extended until next year and who knows, it might not be postponed yet again? It is really a worrying situation where we are very afraid of the virus. Even more so when even apple sauce tests positive for COVID.”

	Case 4 Case study 4 includes a false report on Pfizer Ceo's plan to reduce the human population through the Vaccine produced to reduce the effects of the virus and prevent its spread. “Albert Bourla (CEO of Pfizer) was applauded, after admitting that the plan for vaccines is to reduce the population by 50%. This is a crime against humanity.”
---	---

Outcomes reporting

The research revealed that Generation Z is the term used to categorize the demographic cohort socialized over the course of late-stage capitalism, between the years of 2015 and 2020. As such, Generation Z has been brought up in an era dominated by the usage of digital technology. Therefore, most of their patterns of socialization, acculturation, and education experiences are intimately linked to the information circulated in the digital space. In spite of this intimate connection, the Gen-Z population is increasingly vulnerable to the spread of misinformation in the digital area. Social media has become the main source of misinformation for many Gen Zers, and teaching them how to fact check the overwhelming influx of information they receive daily is of utmost importance to Real Colégio de Portugal, Lisbon. Given the importance of this topic, RCP is thrilled to collaborate and learn from “Gen Z Remote Learning Systems to Inform Literacy and Digital Content Creation at School.”

The fact-checking methodologies taught to RCP students closely followed the guidelines and teacher training learned during the first mobility offered by the Genz remote learning Erasmus Project. Two approaches to fact-checking were shared with students, namely: lateral and vertical reading. The first approach, lateral task was relatively new to students; thus, having the genz tool guidelines, as well as the questionnaires helped teachers and students have a more tangible access to strategies used by professional fact-checking agencies. Incorporating the questions that led students to read the news that appeared and were shared by and to them daily empowered them to engage the overwhelming amount of information they receive and share it strategically by avoiding the pitfalls of being the spreader of fake news. The use of strategies such as google reverse image search was enthusiastically used by students who reported enjoying the investigative process of sorting out the inconsistencies and lack of evidence and finally having the ability to expose the fallacies shared through fake news. Students were also able to become increasingly aware of the serious and dangerous unintended or otherwise consequences that the distribution of fake news could cause. The second approach, vertical reading, was already practiced by students. Therefore, it was seen through a critical lens compared to lateral reading, which allowed them to become more aware of and protected from fake news.



The topics shared through case studies included celebrities, body image, health, and technology. This news was distributed mainly by students' social Medianewsfeed (Facebook and Twitter). The implementation of the Genz tool happened through group work conducted during ICT classes, where the teachers' introduced students to all Genz tool questions and invited them to ask questions to clarify any confusion they might have had. Subsequently, students were given the hard copy of the Genz tool and asked to answer the questions. In the following class, students were sent the link to the google form that allowed them to introduce their answers to the google form that included Gen Z Tool.

Through applying the Genz guidelines, students learned to flag sensationalist titles such as the ones found in case study 1, the alleged death of singer Justin Bieber. The following quote was mentioned as a red flag produced to instigate feelings of despair, confusion, and sadness for the fans of the singer. The translated section reads: "The official line is that there were no injuries or damage to the car, according to authorities. However, we discovered some shocking news that the young singer has now passed away and has been replaced by a reckless looking one. If you know where to look, there's plenty of hard evidence to back this up. It looks like Justin Bieber is dead." In addition, students flagged the lack of reliable sources. The outdated image, which they found through a reverse google image search, belonged to a screenshot of an old video released by the singer at the beginning of his career as evidence that the article was an example of fake news. Case study number 2 was sent to a student through a family WhatsApp group and, contrary to case study one, was easily recognized as an example of fake news due to the general scientific knowledge students felt they had as well as the information they had acquired through awareness campaigns designed to prevent the spread of fake news about Covid 19. Even students didn't report feeling vulnerable to the misinformation spread by the article; students did find it useful to be able to use lateral reading to collect evidence that could help them prove to elderly and misinformed family members that COVID-19 was a real virus with deadly consequences for many people. Students mentioned the following quote as revealing of the sensationalist and baseless nature of the articles: "There will be lawsuits around the world for covering up so many deaths and the collapse of economies in many countries, and everyone will understand why the order was issued to bury the bodies immediately without an autopsy and brand them as extremely contaminating." Citing this quote, students flagged the lack of scientific and legal evidence and the flawed explanation for the alleged order. After going over the Genz tool questionnaire, students also mentioned the lack of an identifiable author, the date of the original publication, and the actual site where the article was posted before being shared on Facebook, which is a red flag.

In addition, students also researched the account that shared the article and found other examples of anti-vaxer rhetoric substantiated by fake news about COVID-19. Students were also able to identify this article as an example of misinformation as the author seems to believe in the argument genuinely. Contrary to case study 1, which several students identified as an example of mal information, the authors seemingly intend to spread fake news about Justin Bieber's supposed death. Case study number 3 features an attempt to debunk Covid-19 test efficacy by citing a homemade experiment with apple sauce. Students were able to identify the author and the origin of the publication. After researching the author's bio and the publication, students pointed to findings that showed some articles that shared legitimate news and other contributions that could stand as examples of fake news. Students concluded that the publication should have better editors to guarantee the quality and truthfulness of the reporting done by the page's authors. Case study 4 includes a false report on Pfizer Ceo's plan to reduce the human population through the Vaccine produced to reduce the effects of the virus and prevent its spread. Students could find the author who, through a Facebook search, concluded that the same account had shared other articles that could stand as an example of fake news. A reverse google image search proved that the image used in the post was taken at the World



Economic Forum and not during a press conference about COVID-19's vaccine. Students were able to identify the post as an example of false context.

The data analysis breakdown of each question can be found below: Question 1, students reported feeling worried, surprised, sad, perplexed, and confused. Questions 2 and 2. a, 50% of the students could detect the author, and 50% couldn't detect the author on the post. Many students used social media and google searches to find information about the author. Questions 3a. 3b.: 80% of the students could detect the source's contact directly from the post. Question 4: 95% of the student's language seemed correct, but the evidence supported it seemed weak. Question 5: 100% of the students could find the source's publication date.

Question 6: 100% of the students reported that Cross-referencing the information exposed the post as fake. Questions 7. a and 7B: Students used google reverse image search.

Conclusions

Students felt that they were generally more aware of their vulnerability to sharing fake news. They committed to overcoming such vulnerability by applying the methodologies of lateral reading and check-list while doing homework and sharing posts on social media. Teachers found the implementation of lateral reading helpful in the process of building media literacy and critical thinking.



GenZ Counter-Narratives Activity in Real Colegio de Portugal

Introduction

The topic of counter-narratives was introduced to the classroom in three classes and three workshops. A total of 20 students participated in the activities, and the classroom was divided into five groups of 4. First, students were asked what they remembered regarding fake news and the methodologies introduced through PowerPoint presentations, Q&A sections, and workshops. After being introduced to the topic of counter-narratives, students were asked to produce examples of counter-narratives that could effectively debunk the case studies of fake news previously selected in an early phase of the project. Students were also given the option of working with new case studies. The workshops were used to teach students how to produce scripts and Tik Tok videos that could become. Through 3 workshops, students and teachers produced counter-narratives, hands, and Tik Tok videos that debunked fake news, which circulated on their social media networks. Students' comments revealed excitement to produce the concept of the Tik Tok videos and great resistance to appearing in the video. Therefore, after a lengthy negotiation process, students agreed to produce 3 videos they were uncomfortable sharing online and the concept, soundtracking, and script of 4 additional videos, which they asked the teachers involved in the project to appear on. The tasks of choosing the counter-narrative strategy, writing the script, searching for the trending soundtrack and visual effects, rehearsing with teachers and filming were divided among the 4 groups.

Celebs-now



Há relatos de que Justin Bieber sofreu um pequeno acidente de carro esta semana enquanto dirigia em uma Ferrari em Los Angeles. Até mesmo a polícia confirmou que o popstar de tamanho reduzido estava em um acidente.

A linha oficial é que não houve feridos ou danos ao carro de acordo com as autoridades.

No entanto, descobrimos algumas notícias chocantes de que a jovem cantora já faleceu e foi substituída por uma aparência imprudente. Há muitas evidências concretas para apoiar isso também, se você souber onde procurar. Parece que Justin Bieber está morto.

Primeiro, há a mudança em sua personalidade. Por um tempo, Bieber foi tão saudável quanto possível, mas relatos recentes mostram Bieber ser brattish e de temperamento rápido. É óbvio que a separação com Selena Gomez é resultado do jovem cantor não ser capaz de lidar com esse novo impostor, não querendo rebocar a linha da gravadora sobre isso.

autor desconhecido

falta de evidência

imagem desatualizada

Case 1

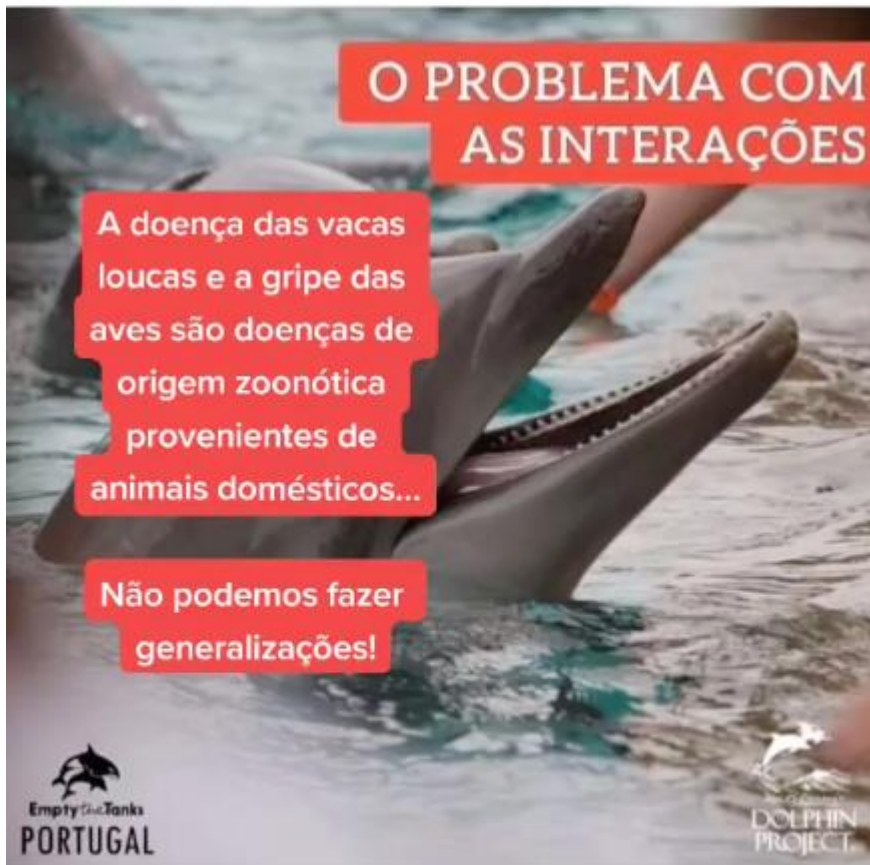
Case study 1 is a report on singer Justin Bieber's alleged death.

“There are reports that Justin Bieber was in a minor car accident this week while driving in a Ferrari in Los Angeles. Even the police confirmed that the undersized pop star was in an accident.”

Depois da humanidade ter atravessado uma
pandemia com origem zoonótica nem deveria ser
permitido a interação com animais selvagens.

PARTILHEM!

#emptythetanksportugal #animalsrights
#emptythetanksworldwide #DolphinProject
#DontBuyATicket #SayNoToTheDolphinShow
#thanksbutnottanks
#dolphinrehabilitation



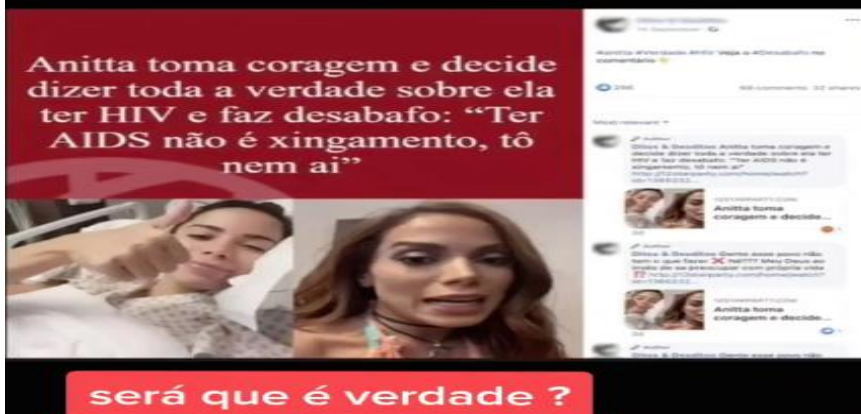
Case 2

Case 2 is a facebook post which makes a generalization and false connection between the pandemic and diseases originated from contact with domestic animals.

“After humanity has gone through a pandemic with a zoonotic order, interaction with wild animals should not even be allowed. Share it. Empty the tanks Portugal, animal rights, empty thanks worldwide”.

Case 3

“Anitta takes courage and decides to tell the whole truth about her having HIV and vents: “Having AIDS is not a curse, I don’t care.”



Case 4

Case study 4 features an article that comments on a tik Tok video which went viral by claiming that iconic pop star Michael Jackson might still be alive. Is Michael Jackson alive? Mysterious video brings a new conspiracy theory.



Outcomes reporting

Research on counter-narratives has shown that the spread of fake news has also risen along with the popularization and widespread of social media. Therefore, a need to produce counter-narratives that can effectively debunk the rapidly spreading Fake News phenomenon has become of paramount importance. Responding to this necessity, RCP engaged in teaching students to produce counter-narratives that could debunk fake news collected in an early research phase and shared through Tik Tok. The counternarrative methodology, as well as the Gen Z script, introduced to teacher's research trainees Lais Duarte and Isabel Bieger over the course of the Gen Z mobility to the facilities of Llor, in Spain, were shared with students throughout three lessons and three workshops. Over the course of the lessons, students were introduced to the concept of and methodologies for the implementation of counter-narratives as well as the TIK TOK script tool, which allowed them to plan and conceptualize the videos that would be shared to debunk fake news. Students were taught about the importance of finding effective strategies to undermine the credibility of fake news through the application of a methodology that led to the presentation of information.

At the end of the lectures, students were able to question the lack of reliable sources, authors, and evidence, the recognition of different types of bias, and conceptualize tik tok videos that could teach the public to assess the information being shared critically in a way that felt exciting and entertaining for their peers. Teachers suggested that students debunked fake news by applying the questions learned through the lateral reading methodology to their videos which could lead the public to question possibly previously unexamined assumptions about the news they were receiving and sharing through social media. The case studies selected were reflective of students' interests. Case study number one, a report on singer Justin Bieber's alleged death, was previously selected and voted again as a contender for the project's counter-narrative phase due to the singer's popularity among students.

As a counter-narrative strategy and effects students chose to use a popular soundtrack as well as a text box that introduces one of the main flaws of the report, namely the lack of reliable sources, which appeared in a red text box to call the attention of the public to the necessity of raising this question while reading the text instead of getting caught up in the emotional turmoil that fans could possibly be immersed in by believing that the singer was, in fact, dead and had been replaced by an impostor. Students chose to posit only one of the questions of the lateral reading methodology instead of the multiple questions that could debunk the credibility of the report in an attempt not to overwhelm the public. Case study number two debunks a Facebook post that makes a generalization and false connection between the pandemic and diseases originating from contact with domestic animals. As a counter-narrative strategy, students chose to provide a counter-narrative that leads the public to re-evaluate the information given by using visual elements that call the attention of the reader to the flawed logic that wrongly associates the phenomenon of animal captivity and the source of the pandemic. In addition, students also chose to provide information regarding the origin of the animals, which relates to the origin of epidemics. Case study number 4 showcases the debunking of a rumor that became highly popular throughout Portuguese-speaking countries. The rumor spread fake news that pop star Anitta has tested positive for HIV and not only confirmed the rumor but also reportedly expressed to not care about the diagnosis as "it wasn't a curse." The counter-narrative strategy chosen to debunk this rumor was two-fold. Students used visual effects to propose the question, "can this be possibly true" in order to lead the public to question the credibility of the report and chose the soundtrack containing the lyrics "I am gonna live forever" as a way of demystifying the ignorance and prejudice that wrongly connects the diagnosis to a death sentence and contributes to the stigmatization of the population who live in with an HIV positive diagnosis. Case study number 4 is an article commenting on a Tik Tok video that went viral, suggesting that iconic pop star Michael



Jackson might still be alive. The counter-narrative methodology chosen was questioning the sensationalist content of the headline.

The effects students chose for the script included the disapproving facial expression of two teachers who were convinced to star in the video and a text box that exposed the sensationalist content of the headline.

Conclusions

Students' feedback was overall positive, especially regarding the process of coming up with the concept for the Tik Tok videos and choosing the soundtrack and the visual effects, which provided them with a chance to teach their teachers about the type of content creation that would likely attract views from their peers on Tik Tok. 90% of the students chose to focus on visual effects and didn't feel the need to use the script to plan the steps for the video but preferred to focus their efforts on searching for cues from recently viral videos that could inspire them to produce counter-narratives that would become as popular as the fake news they were attempting to debunk. 70% of the students reported feeling a sense of empowerment as an outcome of the learning experience, whereas 30% of the students felt that Tik Tok was a tool most often used by their younger peers and rarely if ever, used as a reliable source of information consumption and distribution. Teachers found the inclusion of Lateral Reading and counter-narrative strategies especially useful for teaching students critical thinking.

GenZ Lateral Reading in Zespół Szkół nr 6 in Wrocław, Poland

Introduction

Three teachers were involved in presenting the Lateral Leading to our students. The group involved 20 students aged 16-18 from different classes and different backgrounds. They decided to participate in the first phase of the project. We introduced the objectives of the project, what Lateral Reading is and we focused on disinformation and fake news in the XXI century. We paid attention to different sources where fake news may be spotted. Students chose 5 different fake news from different fields.

Case studies (please add lines if necessary)

	Case 1 It refers to vaccinations and medical experiments. It says “ Mom Dad stop experimenting on me. Parents, do you want to give your children something that no one takes responsibility for? Too many unknown factors and side effects.” Students chose this because of the popularity of anti-vaccine people in the society.
	Case 2 The second one refers to a medical field. It says :Diabetes – two ingredients are enough to say goodbye to insulin once and for all.” It was eye-catching for our students since according to the text only drinking water with leek and lemon will help you get rid of the disease.
	Case 3 This one says “ Water has memory” It was really eye-catching for our students since they thought it would help them learn different subjects at school.
	Case 4 The first sentence was quite catchy. “A closely guarded medical secret. If we have right conditions our body will heal itself. “ Students found it quite interesting and wanted to explore on it a little bit.
	Case 5 The last one was the most interesting. Drinking milk makes you stronger. Students thought it would be quite interesting and they could easily check whether it was false.



Outcomes reporting

The students were divided into smaller groups and they were presented with the chosen materials. At the beginning, we focused on their emotions and what comes to their mind when they look at the information. Then we went through the questions/tool and asked the students to answer the questions one by one typing their answers. Some questions were very obvious for them, for some really caught their attention, especially the ones where they searched for the sources or extra information about the author.

Students were especially interested in the part where they were checking other contents presented by the website. It blew their mind how disinformation can be spread easily and how difficult it may be to pay attention to details.

They were really involved while checking if the information is fake and how the process went. They were using different search engines trying to recognise the sources.

The tool turned out to be a great way to check the information received by the students every day. It kind of opened their eyes and made them more careful while reading the information.

Conclusions

Students were happy and really involved. They presented their positive opinions and were eager and willing to explore more. They said that from now on they will think twice and double check before they forward and piece of news or information further.

GenZ Counter-Narratives Activity in Zespół Szkół nr 6 in Wrocław, Poland

Introduction

The counter-narratives were created by group of secondary school students aged 17-18. Total of 14 students were willing to participate in the task. We clearly explained to them the objectives of the project, talked about different tools to fight disinformation and they filled in a short survey which aimed at checking how familiar they are with TikTok.

We also gave them a green light to choose the topics they were comfortable with.

Case studies (please add lines if necessary)

	Case 1 Drinking coffee with lemon will make you loose weight.
	Case 2 Drinking milk will make you bigger and stronger.
	Case 3 Typical stereotypes about Polish people and the country.

Outcomes reporting

We gave our students freedom to choose the right information they would like to use in their work. Teachers spent some time explaining the methodology, we showed them the material we worked on and we used TikTok. Our students were divided into three groups and they chose the following topics: stereotypes, milk and lemon used in different diets. They chose topics that are quite popular and which would be of interests. A lot of young Poles are very critical as far as their body is concerned, many teenagers use different substances to lose weight, not even thinking of consequences they may bring.



Students thought it would be a perfect topic to present. Secondly, milk has always been considered as something that makes young people stronger. It is disinformation our students wanted to present. Last but not least, nowadays students travel around the world and they meet a lot of fellow friends. They have heard a lot of stereotypes about Poles and they wanted to stop spreading false information about their country and citizens. First of all, students searched for different information using Lateral Reading, they collected all data and then they started creating TikTok. At the very beginning they informed us that they will not appear in the videos as they don't feel comfortable with it. As stated before, we did not want to force them to do anything that could de-motivate them. There were three sessions when they met trying to create the videos. It was very fruitful time for them as well as educational.

Conclusions

Students were very happy with the tasks. It was a very educational time for them. They informed us that from now on they will look different at TikTok videos and before they share anything, they will double check whether the information is not disinformation.

Annexes

Gen Z Tool

Case Study no. _____

1. Can you please express the feelings, the emotions the post inspired you at first sight?

2. Is it possible to detect the author or - generally speaking - the source of the post you have just inspected?

2a If yes, did you find information about him/her/them? What do other sources say about the author/organisation behind the content? Please describe the process of your research

2b If not, what kind of operations did you implement to spot the source by exploiting search engines?

3a. Are you able to detect the contacts of the source (webpage, social media accounts, email, address, headquarter, etc.) directly from the post ? If not, how did you use the web to trace them down ?

3b. Considering the source's webpage and social networks, what other type of contents it usually share?

4. Does the language of the post seem appropriate and correct? If not please highlight the sentences, words or graphic notes that make you feel doubtful

5. Is it possible to detect the day the post was published? If not how can you look for an evidence of the time the news/photo belongs to? Can you tell if the information/content has been revised or updated?

6. What about the topic/subject of the post: what do other sources say about the information/subject you are dealing with? Please describe the process of your research.

7a. How can you tell the visual media (photo/video/infographic) is real and not manipulated? Can you tell its origin?

7b. How can you tell the photo belongs to the context the news refers to?



Eina Gen Z

Cas d'estudi núm. _____

1. A primera vista, quins sentiments i emocions t'ha inspirat aquesta publicació?

2. És possible detectar l'autor o -en termes generals- l'origen del missatge que acabes d'examinar?

2a En cas afirmatiu, has trobat informació sobre aquest? Què diuen altres fonts sobre l'autor/organització darrere del contingut? Descriu el procés de la teva recerca.

2b Si no, quin tipus d'operacions has realitzat per localitzar la font mitjançant la recerca en els motors de cerca?

3a. Ets capaç de detectar els contactes de la font (pàgina web, comptes de xarxes socials, correu electrònic, adreça, seu, etc.) directament des de la publicació? Si no, com has navegat pel web fins a localitzar-los?

3b. Tenint en compte la pàgina web i les xarxes socials de la font, quin altre tipus de continguts sol compartir?

4. L'idioma de la publicació sembla adequat i correcte? Si no, destaca les frases, paraules o notes gràfiques que et fan dubtar.

5. És possible detectar la data de publicació? En cas contrari, com es pot buscar una prova de l'època a la qual pertany la notícia/foto? Pots dir si la informació/contingut s'ha revisat o actualitzat?

6. Què passa amb el tema/temàtica del post: què diuen altres fonts sobre la informació/tema que tracta? Descriu el procés de la teva recerca.

7a. Com pots contrastar que el material visual (foto/vídeo/infografia) és real i no manipulat? Pots descobrir-ne el seu origen?

7b. Com es constata que la foto pertany al context al qual fa referència la notícia?



Gen Z Tool

Case Study no. _____

1. Mik az első benyomásaid, érzéseid a poszt kapcsán?

2. Meg lehet állapítani, hogy ki a szerző, vagy általánosságban milyen forrásból származik az imént olvasott poszt?

2a Ha igen, találtál információkat a szerzőről? Mit mondanak más források a tartalom szerzőjéről/ a mögötte álló szervezetről? Írd le a kutatásod menetét.

2b Ha nem, milyen módon jártál el annak érdekében, hogy megtaláld a forrást keresőprogramok segítségével?

3a Meg tudod állapítani közvetlenül a posztból a forrás kapcsolatait (weboldal, közösségi média felület, email, cím, székhely, stb.)? Amennyiben nem, milyen módon használtad a webet, hogy hozzájuss ezekhez az információkhoz?

3b A forrás weboldalát és a közösségi hálót vizsgálva, általában milyen tartalmakat oszt még meg?

4. A poszt nyelvezetét helyesnek, megfelelőnek tartod? Ha nem, akkor jelöld meg azokat a mondatokat, szavakat vagy írásjeleket, amelyek szerinted kétségesek.

5. Lehet tudni, hogy melyik napon hozták nyilvánosságra a posztot? Nemleges válasz esetén, hogyan lehet megtudni, hogy egy hír/fotó milyen dátummal került megjelenésre? Meg lehet-e állapítani, hogy egy információt/tartalmat módosítottak / frissítettek?

6. A poszt témájával/ tárgykörével kapcsolatban: mit mondanak más források a posztban szereplő információkról/ témakörökről? Írd le a kutatásod menetét.

7a Honnan tudhatod, hogy a vizuális média (fotó/videó/infografika) valóság és nem manipuláltak? Meg tudod állapítani az eredetüket?

7b Hogyan tudod megállapítani, hogy a fotó megfelel a hír tartalmának?

Gen Z Tool

Case Study no. _____

Studium przypadku nr _____

1. Can you please express the feelings, the emotions the post inspired you at first sight?

Czy możesz wyrazić swoje uczucia, emocje, które wzbudził w Tobie ten post?

2. Is it possible to detect the author or - generally speaking - the source of the post you have just inspected?

Czy możliwe jest wskazanie autora lub, ogólnie rzecz biorąc, źródła sprawdzonego właśnie wpisu?

2a If yes, did you find information about him/her/them? What do other sources say about the author/organisation behind the content? Please describe the process of your research.

Jeśli tak, to czy udało ci się znaleźć informacje na jego temat? Co inne źródła mówią o autorze/organizacji stojącej za tymi treściami? Proszę opisać proces swoich badań.

2b If not, what kind of operations did you implement to spot the source by exploiting search engines?

Jeśli nie, jakie działania wdrożyłeś/łaś w celu wykrycia źródła poprzez wykorzystanie wyszukiwarek ?

3a. Are you able to detect the contacts of the source (webpage, social media accounts, email, address, headquarter, etc.) directly from the post ? If not, how did you use the web to trace them down ?

Czy jesteś w stanie wskazać inne źródła (strona internetowa, konta w mediach społecznościowych, adres e-mail, adres, siedziba itp.) bezpośrednio z postu? Jeśli nie, w jaki sposób skorzystałeś/łaś z Internetu, aby do nich dotrzeć?

3b. Considering the source's webpage and social networks, what other type of contents it usually share?

Biorąc pod uwagę stronę internetową i sieci społecznościowe, jakie inne rodzaje treści zwykle one udostępniają?

4. Does the language of the post seem appropriate and correct? If not please highlight the sentences, words or graphic notes that make you feel doubtful
Czy język, jakim napisany jest ten post, wydaje się odpowiedni i poprawny? Jeśli nie, zaznacz zdania, słowa i notatki graficzne, które budzą wątpliwości.

5. Is it possible to detect the day the post was published? If not how can you look for an evidence of the time the news/photo belongs to? Can you tell if the information/content has been revised or updated?

Czy możliwe jest wskazanie dnia, w którym post został opublikowany? Jeśli nie, to jak szukać dowodu na to, kiedy dokładnie zamieszczono wiadomość/zdjęcie? Czy można stwierdzić, czy informacja/treść została zmieniona lub zaktualizowana?

6. What about the topic/subject of the post: what do other sources say about the information/subject you are dealing with? Please describe the process of your research.

Odnosząc się do tematyki postu: co inne źródła mówią na temat informacji/przedmiotu, którym się zajmujesz? Proszę opisać proces swoich badań.

7a. How can you tell the visual media (photo/video/infographic) is real and not manipulated? Can you tell its origin?

Jak rozpoznać, że wizualne środki przekazu (zdjęcia/wideo/infografika) są prawdziwe a nie zmanipulowane? Czy potrafisz określić ich pochodzenie?

7b. How can you tell the photo belongs to the context the news refers to?

Jak rozpoznać, że zdjęcie jest odpowiednio dobrane do kontekstu, do którego odnosi się wiadomość?

Gen Z Tool

Case Study no. _____

1. Can you please express the feelings, the emotions the post inspired you at first sight?

1. (translation) Explique os sentimentos e as emoções que o post despertou-te no primeiro momento?

2. Is it possible to detect the author or - generally speaking - the source of the post you have just inspected?

2. (translation) É possível detetar o autor e/ou a fonte do post que encontrou?

2a If yes, did you find information about him/her/them? What do other sources say about the author/organisation behind the content? Please describe the process of your research

2a. (translation) Se sim, encontrou alguma informação sobre? O que outras fontes dizem sobre o autor e/ou organização por trás do conteúdo? Por favor, descreva o seu processo de pesquisa

2b If not, what kind of operations did you implement to spot the source by exploiting search engines?

Se não, que tipo de método implementou para identificar a fonte ao explorar a busca?

2b (translation) Se não, que tipo de método implementou para identificar a fonte ao explorar a busca?

3a. Are you able to detect the contacts of the source (webpage, social media accounts, email, address, headquarter, etc.) directly from the post ? If not, how did you use the web to trace them down ?

3a. (translation) É capaz de detetar os contatos de pesquisa (página web, redes sociais, email, endereços, sede administrativa, etc.) diretamente do post? Se não, como utilizou a internet para detetar?

3b. Considering the source's webpage and social networks, what other type of contents it usually share?

3b. (translation) Considerando a página web da fonte e as redes sociais, que outro tipo de conteúdos partilha habitualmente?

4. Does the language of the post seem appropriate and correct? If not please highlight the sentences, words or graphic notes that make you feel doubtful

4. (translation) A linguagem da publicação parece apropriada e correta? Se não, por favor destaque as frases, palavras ou notas gráficas que o fazem sentir duvidoso.

5. Is it possible to detect the day the post was published? If not how can you look for an evidence of the time the news/photo belongs to? Can you tell if the information/content has been revised or updated?

5. (translation) É possível detetar o dia em que o post foi publicado? Se não, como se pode procurar uma prova da data, hora ou dia a que a notícia/foto pertence? Pode dizer se a informação/conteúdo foi revisto ou atualizado?

6. What about the topic/subject of the post: what do other sources say about the information/subject you are dealing with? Please describe the process of your research.

6.(translation) E quanto ao tópico/assunto do post: o que dizem outras fontes sobre a informação/assunto com que está a lidar? Por favor, descreva o processo da sua investigação.

7a. How can you tell the visual media (photo/video/infographic) is real and not manipulated? Can you tell its origin?

7a. (translation) Como se pode dizer que os meios visuais (foto/vídeo/infográfico) são reais e não manipulados? Pode dizer a sua origem?

7b. How can you tell the photo belongs to the context the news refers to?

7b (translation)-Como se pode dizer que a fotografia pertence ao contexto a que a notícia se refere?



GEN Z



verificat



GenZ

**Remote Learning System to boost Information Literacy
and Digital Content Creation at School
2020-1-ES01-KA226-SCH-096241**



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union