



MIDIAMAKERS PAPERS #1

# Introdução à educação midiática

---

O que é, porque importa,  
por onde começar

2a edição

Mídiamakers

**MídiaMakers Papers** é uma série de textos e recursos que têm o intuito de ajudar o professor a introduzir a educação midiática nas escolas. Com conteúdo original somado a uma curadoria de recursos adicionais de diversas fontes, nosso objetivo é ajudar o aluno a navegar com confiança e segurança no ambiente informacional, atuando como consumidor crítico e produtor ativo de conteúdo na sociedade digital.

**Criado por:** Mariana Ochs, [info@midiamakers.org](mailto:info@midiamakers.org)

[www.midiamakers.org](http://www.midiamakers.org)

Twitter: [@midiamakers](https://twitter.com/midiamakers)

Facebook: [midiamakers](https://www.facebook.com/midiamakers)



**MídiaMakers Papers #1:** Introdução à educação midiática - 2a edição, abril 2019

Exceto onde indicado, o conteúdo deste livreto é licenciado sob a licença [Creative Commons Atribuição-NãoComercial-Compartilhalgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

É permitido adaptar, copiar e redistribuir o material em qualquer suporte ou formato, respeitadas as seguintes condições:

**Atribuição:** deve-se atribuir o devido crédito, fornecer um link para a licença, e indicar se foram feitas alterações. Você pode fazê-lo de qualquer forma razoável, mas não de uma forma que sugira que o licenciante o apoia ou aprova o seu uso.

**Não Comercial:** não é permitido usar o material para fins comerciais.

**Compartilha Igual:** se você remixar, transformar, ou criar a partir do material, tem de distribuir as suas contribuições sob a mesma licença que o original.

**Ícones:** FontAwesome



**Educar para a informação  
é educar para a cidadania.**



# Introdução à educação midiática

*“A educação funciona como um instrumento para facilitar a integração da geração mais jovem com a lógica do sistema atual, o que pode gerar conformidade ou se transformar na prática da liberdade, meio pelo qual homens e mulheres lidam de forma crítica e criativa com a realidade e descobrem como participar na transformação do seu mundo”*

Paulo Freire, Pedagogia do Oprimido

“O letramento midiático oferece uma estrutura para acessar, analisar, avaliar, criar e participar com mensagens em uma variedade de formatos – dos impressos até vídeo e internet. Esse letramento constrói um entendimento do papel da mídia na sociedade, assim como as habilidades essenciais de investigação e auto-expressão necessárias a um cidadão em uma democracia.”

Center for Media Literacy

## O que é educação midiática?

Desde muito cedo, as crianças estão expostas a todo o tipo de **textos**: imagens, publicidade, embalagens e impressos no mundo físico; a mídia tradicional da geração de seus pais (TV, jornais e rádio); e uma quantidade cada vez maior de informação no mundo virtual, como vídeos, jogos, notícias, textos via SMS e posts de mídias sociais. Cada um desses textos oferece mensagens e experiências que são determinadas por seus autores, segundo um **objetivo específico: informar, divertir ou convencer**. Seu conteúdo e forma representam escolhas do autor, a serviço desses objetivos.

*Todas as formas de mídia têm algo comum entre si: alguém as criou, e por uma razão específica. Compreender isso é a base da educação midiática <sup>1</sup>.*

## Mídia na sociedade conectada

Ao oferecer a qualquer pessoa com uma conexão a possibilidade de publicar conteúdo e alcançar uma audiência expressiva, a internet trouxe um problema novo: como saber que textos ou fontes são confiáveis? A **pulverização da autoria** significa que nem todos os textos obedecem a critérios de qualidade ou padrões éticos profissionais; e nem sempre explicitam as suas intenções. Portanto, saber “ler” a internet é uma habilidade cada vez mais necessária ao jovem cidadão digital, e parte central da educação midiática.



### Textos de mídia

Textos de mídia podem ser entendidos como qualquer artefato ou experiência que comunica significado a um público. A maioria dos textos de mídia usa palavras, gráficos, sons e / ou imagens, impressos, orais, visuais ou eletrônicos, para transmitir informações e ideias para seu público. São textos de mídia: vídeos, notícias, posts em mídias sociais, mensagens, cartazes, podcasts, blogs, sites, mapas, infográficos, camisetas, outdoors e muitos outros.

## Educação Midiática desde cedo

- Se o consumo de mídia permeia as nossas atividades cotidianas, a melhor maneira de introduzir a discussão é justamente ao redor dessas atividades.
- **Com crianças pequenas**, pais ou professores podem chamar a atenção para os objetos e mensagens de seu universo familiar, como anúncios de cereais ou de brinquedos, embalagens de alimentos e de produtos infantis em geral, e até aberturas de séries de TV.
- **Com crianças maiores**, já é possível observar criticamente as mídias que eles consomem e apreciam – como vídeos no YouTube, memes virais na internet, postagens nas redes sociais e anúncios de jogos eletrônicos (games).
- **À medida em que os jovens** começam a perceber os eventos da atualidade e estar expostos às notícias, a educação midiática passa a ser importante para mediar a relação com a informação que chega através dos jornais, TV, internet e mídias sociais.
- Na escola, a pesquisa, a leitura crítica e a produção de textos diversos podem ocorrer em qualquer aula; portanto, **o ideal é que a educação midiática seja uma camada**, e não uma disciplina à parte.

Adaptado de [How Do I Teach My Kids Media Literacy](#), Common Sense Media

## Por que a educação midiática é importante?

Em uma sociedade em que consumimos mídia o tempo todo, e na qual a circulação de informações, o trabalho, a aprendizagem e os relacionamentos estão cada vez mais mediados pelas mídias digitais, é essencial que o jovem consiga estar nesse ambiente de forma plena. Uma participação ativa e saudável na sociedade digital requer a habilidade de encontrar o que buscamos, o consumo crítico de informações, e a possibilidade de ler e produzir textos em todos os formatos – incluindo os formatos digitais interativos da mídia contemporânea.

*Um jovem que não possui esse letramento não estará apto a usufruir das possibilidades do ambiente digital, e poderá ser facilmente manipulado ou mercantilizado.*

Na última década, a expressão “**nativos digitais**” tornou-se popular graças a [um artigo do consultor educacional Marc Prensky](#); a expressão refere-se àqueles que cresceram em uma sociedade digital, e portanto entendem a linguagem de computadores, vídeos, *video games*, mídias sociais e *sites* na internet como sua “língua materna.” Em contrapartida, os “imigrantes digitais” seriam aqueles que tiveram que se familiarizar com o

### NADANDO EM MÍDIA



## O que acontece em um minuto na internet (em 2018)

facebook

FACEBOOK

973.000 logins

Google

GOOGLE

3.7 milhões de buscas



SMS

18 milhões de mensagens

YouTube

YOUTUBE

4.3 milhões de vídeos assistidos



APPS

375.000 apps baixados



INSTAGRAM

174.000 imagens roladas



TWITTER

481.000 tweets enviados

tinder

TINDER

1.1 milhões de rostos deslizados



EMAIL

187 milhões de emails enviados



TWITCH

939.073 visualizações



ASSISTENTES DE VOZ

76 unidades enviadas



WHATSAPP

38 milhões de mensagens enviadas



MESSENGER

25.000 GIFs enviados



SNAPCHAT

2.4 milhões de Snaps criados



COMPRAS ONLINE

US\$ 862.823 gastos

NETFLIX

NETFLIX

266.000 horas assistidas

Adaptado de Lori Lewis e Chadd Callahan / Cumulus Media

## Qual o papel da educação midiática?

“Dê às crianças e jovens resiliência, informação e poder, oferecendo assim a eles a internet como um lugar onde eles podem ser cidadãos, e não apenas usuários.”

*Anne Longfield, Comissão da Infância, UK*

“Quanto mais a mídia intermedia as transações em nossa sociedade – trabalho, educação, informação, participação cívica, relacionamento sociais e mais – mais vital se torna que as pessoas estejam informadas sobre, e saibam avaliar criticamente, o que é útil ou enganoso, como a mídia é regulada, quando é confiável, e quais interesses políticos e comerciais estão em jogo. Em suma, letramento midiático é necessário não só para engajar-se com a mídia, mas para engajar-se com a sociedade através da mídia.”

*Professora Sonia Livingstone, Dept. de Mídia e Comunicação, London School of Economics*

“Devemos encarar o letramento midiático como uma ferramenta para transformar o mundo em que vivemos, pois é um componente essencial de nossa jornada por mais equidade, pelos direitos humanos e para alcançar os Objetivos de Sustentabilidade da ONU.”

*Carolyn Wilson, Global Initiative for Media Literacy, UNESCO, durante o II Congresso Internacional de Comunicação e Educação - USP, 2018*

“Ao invés de ensinar às crianças apenas sobre segurança na internet e como reduzir a sua pegada digital, devemos também encorajá-las a fazer a curadoria de uma pegada digital positiva que representará um ativo em seu futuro.”

*Rachel Buchanan, University of Newcastle, Australia*

“Se não incorporamos estratégias de formação de cidadania no uso das mídias e ambientes de comunicação, teremos uma sociedade cada vez mais manipulada e desigual. Nossas prioridades devem ser o combate à desinformação, e o uso da comunicação como ferramenta de equidade na sociedade, e não como fator de preservação de desigualdades e exclusão.”

*Ignacio Aguaded, Universidad de Huelva, ES, durante o II Congresso Internacional de Comunicação e Educação - USP, 2018*

“Letramento midiático não é só importante, é algo absolutamente crítico. É o que fará a diferença entre as crianças serem um instrumento da mídia de massa, ou a mídia de massa ser um instrumento para uso das crianças.”

*Linda Ellerbee, jornalista, NBC*

“Quando me falam sobre exclusão digital, eu não penso tanto sobre quem tem acesso a qual tecnologia, mas sim em quem consegue criar e se expressar nas novas linguagens das telas. Se não ensinamos aos alunos a linguagem do som e das imagens, eles não deveriam ser considerados tão iletrados como se estivessem saindo da escola sem saber ler e escrever?”

*George Lucas, cineasta e produtor*

“Da mesma forma que não consideramos que alguém é alfabetizado se consegue ler mas não escrever, também não devemos considerar que alguém é letrado em mídia se conseguem consumir mas não se expressar nesse ambiente.”

*Henry Jenkins, autor de “Cultura da Convergência”*

## TERMINOLOGIA



## Fluência digital, educação midiática ou alfabetização jornalística? Entenda os termos.

Não é por acaso que esses termos se confundem –uma coisa está contida na outra. Veja como eles se relacionam:

### AUTONOMIA / FLUÊNCIA DIGITAL

Demonstrar conhecimento e confiança na seleção e uso de ferramentas digitais para aprender, ler, escrever e participar na internet, e utilizar eficazmente a tecnologia de forma a obter resultados desejados para si e para a comunidade em geral. É um conceito que abrange o uso de tecnologia digital para comunicação, mas também para a criação de serviços ou produtos tangibilizados em artefatos tais como aplicativos ou sistemas de informação.

Para discussão sobre Alfabetização x Fluência, veja [CORE Education Blog](#)



É parte de

### ALFABETIZAÇÃO / EDUCAÇÃO MIDIÁTICA

Ter a capacidade de acessar, analisar, avaliar e criar mídia de várias formas, a fim de consumir e transmitir informações em diversos contextos. Nos textos especializados encontramos os termos “letramento”, “alfabetização” e “educação” midiática.

Baseado em [Columbia Journalism Review](#)



É parte de

### ALFABETIZAÇÃO JORNALÍSTICA

Ter a capacidade de entender, analisar e julgar a credibilidade e confiabilidade do conteúdo jornalístico.

Baseado em [Center for News Literacy, Stony Brook University](#)

ambiente e as ferramentas na idade adulta.

Infelizmente, o termo tem sido usado também para justificar a falta de orientação, por pais ou educadores, para a entrada da criança no ambiente digital. É comum ouvirmos frases como “eles já nascem sabendo usar essas coisas”, o que é bastante problemático. Na prática escolar, o que percebemos é que, sem a mediação adequada, crianças não sabem fazer buscas qualificadas para encontrar a informação que desejam, identificar *links* patrocinados ou conteúdo monetizado, ou avaliar a qualidade da informação que estão recebendo.

Para além dos problemas de ordem acadêmica, a ausência desse letramento irá agravar os problemas de um ambiente informacional complexo, na qual os cidadãos podem ser facilmente manipulados por textos de intenções maliciosas ou mercantilizados por mensagens comerciais veladas.

Finalmente, é importante “criar para aprender”. Praticar a produção de textos nas diversas linguagens digitais – vídeo, sites, blogs, mapas e infográficos interativos e outros – irá tornar os jovens mais aptos a compreender as escolhas que moldam as mídias. Embora as ferramentas estejam cada vez mais acessíveis, cada tipo de texto tem a sua gramática, e dominar o processo de produção dessas linguagens garante também que o jovem terá voz ativa na sociedade, não só como consumidor, mas também

produtor de conteúdo.

*Qualquer tecnologia que usamos, pode moldar a mensagem que recebemos, como recebemos e respondemos a isso. Lembre-se: “o meio é a mensagem”, conceito de Marshall McLuhan que continua atual.*

– Carolyn Wilson<sup>2</sup>

Esta lista, adaptada do site [Common Sense Media](#), elenca as competências principais que são objetivo da educação midiática:

#### ► APRENDER A PENSAR CRITICAMENTE.

Quando as crianças avaliam a mídia, elas tornam-se aptas a entender se as mensagens fazem sentido, por que certas informações foram incluídas, o que não foi incluído e quais são as principais ideias expostas. Elas aprendem a usar exemplos para fundamentar as suas opiniões, e podem decidir sobre as informações apresentadas com base no conhecimento que já possuem.

#### ► TORNAR-SE UM CONSUMIDOR

**INTELIGENTE** de produtos e informações. O letramento midiático ensina às crianças como determinar se algo é confiável. Também ajuda a identificar a intenção persuasiva da publicidade, e resistir às técnicas que os profissionais

de marketing usam para vender produtos.

► **IDENTIFICAR PONTOS DE VISTA.**

Todo criador tem uma perspectiva. Reconhecer o ponto de vista de um autor ajuda as crianças a apreciar diferentes perspectivas. Também ajuda a reconhecer ou problematizar o contexto no qual as informações foram produzidas.

► **ENTENDER O OBJETIVO DO AUTOR.** O que

o autor quer que você tire de um texto de mídia? É puramente informativo, está tentando mudar o seu pensamento, ou está introduzindo novas idéias que você nunca ouviu falar? É importante entender também que tipo de influência um texto pode ter.

► **IDENTIFICAR O PAPEL DA MÍDIA EM**

**NOSSA CULTURA.** De capas de revistas a memes, a mídia está sempre nos dizendo algo, moldando nossa compreensão do mundo e até mesmo nos induzindo a agir ou pensar de certas maneiras.

► **CRIAR MÍDIA DE FORMA RESPONSÁVEL.**

Reconhecer seu próprio ponto de vista, dizer o que você quer dizer da forma como você quer dizer e entender que suas mensagens têm impacto são habilidades fundamentais para uma comunicação eficaz.

## Leitura reflexiva

O primeiro passo para entender as mídias é praticar a leitura reflexiva.

Se estão imersos na cultura digital e do entretenimento apenas como consumidores, e geralmente sem mediação, as crianças raramente fazem a leitura crítica das mensagens que estão consumindo, e frequentemente não conseguem identificar elementos essenciais como autoria e propósito.

Observamos isso, por exemplo, quando as crianças não conseguem identificar conteúdo patrocinado nos resultados de buscas, entender como seus *youtubbers* favoritos monetizam a audiência, ou fazer distinção entre fontes mais ou menos confiáveis de informação.

Para entender as mensagens é preciso analisá-las segundo alguns aspectos essenciais. Pratique utilizar as perguntas abaixo, adaptando-as a diversas mídias e faixas etárias:

► **QUEM CRIOU A MENSAGEM?** Foi uma empresa? Foi um indivíduo? Se sim, quem? Esse indivíduo é um jornalista, um especialista, um comediante, um artista? Foi uma fonte anônima?

► **PARA QUEM A MENSAGEM FOI CRIADA?** É para as crianças? Adultos? Homens? Mulheres? Pessoas que compartilham um interesse particular?

► **POR QUE A MENSAGEM FOI CRIADA?** Foi para informá-lo de algo que aconteceu no mundo (por exemplo, uma notícia)? Foi para influenciar o seu pensamento (um ensaio de opinião ou post)? Para ensinar algo (um tutorial)? Foi para fazer você rir (um meme engraçado)? Foi para

## CURRÍCULO



### Mídias na escola: por onde começar?

Eis alguns temas de educação midiática que podem ser trazidos para a escola. Pratique a leitura crítica de diversos formatos de texto, não só nas disciplinas da área de Linguagens, mas em diversos contextos, incluindo a pesquisa científica. Ofereça as seus alunos a possibilidade de relacionar-se com o conhecimento através da construção de narrativas digitais –mesmo se a sua escola não possuir equipamentos, o celular oferece inúmeros recursos para a criação. Materiais de apoio para os temas abaixo podem ser encontrados no site [midiamakers.org](http://midiamakers.org) e [neste padlet](#).

#### A informação na era digital: novos letramentos

Explore o ambiente informacional: o que é ler e escrever no ambiente digital?

Busque reconhecer e ler diversos atores e autores no storytelling digital (veículos de mídia, instituições científicas e culturais, marcas, indivíduos).

Vá além do livro didático: explore novos formatos e ambientes para veiculação da informação - formatos interativos, podcasts, plataformas de mídias sociais, etc.

Utilize conteúdo digital e interativo (do jornalismo e outros) como recurso educacional na escola.

#### Lendo no ambiente digital

Todo mundo é autor: pratique análise do discurso, identifique os elementos do texto jornalístico, e discuta autoria x curadoria, desafios do jornalismo cidadão, mídia independente, mídias sociais,

blogs, publicidade e outros ambientes de publicação.

Pratique a pesquisa, discutindo técnicas de busca, curadoria e propriedade intelectual.

Introduza a pergunta: devo confiar nessa informação? Discuta o ecossistema da desinformação, ferramentas de avaliação e checagem de fontes, verificação de fotos e vídeos, leitura de infográficos.

#### Escrevendo no ambiente digital

O conhecimento se constrói! Permita ao aluno criar para aprender, trazendo práticas de jornalismo para a escola.

Ofereça diferentes formatos narrativos, ferramentas, plataformas de publicação. Busque explorar a gramática de cada linguagem e orientar passo a passo os projetos.

Explore novas linguagens: vídeos explicativos, mapas interativos, sites, linhas do tempo, infográficos.

**Professor:** acesse o Curso EAD de Educação Midiática em [www.educamidia.org.br](http://www.educamidia.org.br)



## Fake ou News\*: o problema com o termo da moda

Desde as eleições americanas de 2016, o termo **“fake news”** vem se popularizando. Com a disseminação de conteúdo falso ou enganoso levando a consequências sérias em vários países, a expressão ganhou o mundo, com matérias nos meios de comunicação e iniciativas diversas, na mídia e em instituições da sociedade civil, para combater o problema. Embora o problema da desinformação mereça toda a nossa atenção, o uso do termo não é recomendado, por diversos motivos:

- **É um contrassenso**, pois só podemos usar o termo “notícia” para informações que foram devidamente verificadas e são apresentadas de modo equilibrado, dentro dos padrões de qualidade do jornalismo profissional. Se é falso, então não é notícia. E se é notícia, não é falso.
- **Passou a ser uma etiqueta**, utilizada de forma ampla para desqualificar aquilo com o qual não concordamos, não importando a fonte. Quando mesmo as notícias verificadas dos grandes órgãos de imprensa ou de agências de checagem são rotuladas como “fake news”, fica evidente o uso político do termo.
- **É insuficiente** para descrever um “ecossistema de desinformação” que é muito mais complexo, incluindo conteúdo fora do contexto, dados apresentados de forma enganosa, humor mal interpretado e até conteúdo impostor.<sup>3</sup>

\* **Fake ou News** é o nome do projeto educativo da Agência Lupa e do Canal Futura para combater a desinformação. [Conheça o projeto neste vídeo.](#)

you comprar algo (um anúncio)?

► **QUAIS TÉCNICAS CRIATIVAS ESTÃO SENDO UTILIZADAS PARA ATRAIR MINHA ATENÇÃO?** Observe imagens, tamanho das letras, cores, música. A imagem é alegre, chocante, comovedora? As cores ou a música deixam você mais feliz ou mais tenso?

► **QUAIS TÉCNICAS ESTÃO SENDO USADAS PARA TORNAR ESTA MENSAGEM CRÍVEL?** O texto apresenta dados de alguma fonte confiável? Contém citações de um especialista no assunto? Tem um tom ponderado, de autoridade? Apresenta evidência direta das afirmações contidas no texto?

► **QUAIS DETALHES FORAM DEIXADOS DE FORA E POR QUÊ?** A informação é apresentada de forma equilibrada, com diferentes visões – ou apresenta apenas um lado? Você sente falta de mais informações para entender completamente a mensagem?

► **COMO A MENSAGEM FEZ VOCÊ SE SENTIR?** Você acha que os outros podem se sentir da mesma maneira? Todos sentiriam o mesmo ou certas pessoas discordariam de você? Acha que pessoas diferentes poderiam entender essa mensagem de forma diferente?

Essas perguntas visam focar a nossa atenção sobre a mídia, desvendando o que está por trás das mensagens e fazendo com que nosso consumo de textos e informações passe a ser mais consciente.



## Desordem informacional

Sociedades precisam de um ambiente informacional confiável para florescer. Notícias e fatos influenciam opiniões, tomadas de decisão, ações coletivas ou individuais, e até políticas públicas. Notícias falsas podem incentivar ódio, polarização e preconceito; também podem favorecer a exclusão de determinados grupos das tomadas de decisão, tornando a sociedade menos igualitária.

No começo do século XX era comum a circulação de panfletos com informação exagerada ou até inventada. A reação a essa falta de confiança nas informações em circulação foi a profissionalização do jornalismo, com regras e padrões éticos e de qualidade. Durante décadas o jornalismo serviu de guardião da informação, separando as informações verdadeiras das falsas.<sup>2</sup>

***À medida que as fontes de notícias se multiplicaram e o número de consumidores nas mídias sociais disparou, o mesmo aconteceu com a disseminação da desinformação. O desafio para os consumidores e para a mídia profissional é saber como identificá-la.***<sup>4</sup>

A internet democratizou o acesso à informação, mas reviveu o antigo

problema: em um ambiente em que qualquer um pode criar e publicar todo tipo de texto, torna-se muito mais difícil identificar o que é verdadeiro. O declínio da mídia impressa, com perda de centenas de milhares de empregos no jornalismo profissional<sup>5</sup>; a pulverização da autoria, com a democratização das ferramentas e plataformas de publicação; e a adesão maciça às mídias sociais, onde recebemos informações boas e ruins sem distinção hierárquica, agravaram a situação.

Hoje vivemos uma verdadeira **crise de desinformação**, com a proliferação de notícias falsas ou enganosas, criadas para manipular ou convencer. Uma pesquisa publicada em 2018 na revista americana Science<sup>6</sup> revelou que as informações falsas circulam de forma muito mais ampla e mais rapidamente do que as verdadeiras.

As ferramentas de mídias sociais funcionam de modo a colocar em evidência e disseminar mais amplamente aquilo que mais mobiliza as nossas emoções – e o resultado é que rapidamente passamos a receber e passar adiante apenas as notícias e conteúdos que parecem comprovar o nosso ponto de vista, sem verificar adequadamente se o conteúdo é enganoso. Isso acaba por intensificar as chamadas **“bolhas de informação”**, e por consequência, a polarização na sociedade, com repercussões bastante sérias para convivência pacífica e construtiva dentro da diversidade.

“Competências midiáticas correspondem à capacidade de compreender e usar as mídias de uma forma inteligente, ativa, participativa, em oposição completa ao consumo compulsivo, inconsciente, massivo que normalmente são as práticas de nossa dinâmica com as tecnologias de comunicação e informação.”

José Ignacio Aguaded Gómez,  
Universidade de Huelva, Espanha<sup>7</sup>

*À medida que a qualidade das informações no geral diminui, a inteligência de todos os membros da sociedade e de todas as diferentes organizações que a tornam funcional, no geral, diminui.<sup>8</sup>*

Estamos vivendo em plena desordem informacional. A ampla disseminação de notícias falsas tem sido ligada a episódios de violência e crimes de ódio, e teve comprovada influência em eleições em diversos países. O problema pode ficar ainda maior com a chegada da chamada “**mídia sintética**” ou “**deep fakes**”, vídeos manipulados via inteligência artificial nos quais alguém pode aparecer dizendo algo que jamais pronunciou. Para um leigo, esses vídeos falsos chegam a ser praticamente indistinguíveis dos vídeos reais, o que pode levar a um estado de desconfiança generalizada nos meios de comunicação – o que o pesquisador Aviv Ovadya chama de “**infocalipse**”<sup>9</sup>.

Enquanto governo, empresas de tecnologia e de mídia discutem como controlar ou regular esse ambiente, em um jogo complexo de interesses, a educação midiática apresenta-se como a melhor solução para ajudar a diminuir esse problema de forma duradoura. Não se trata de criar leitores permanentemente desconfiados, mas sim de dotá-los de instrumentos para que se habituem a avaliar **a qualidade**

e o propósito da informação recebida, e entender o que distingue uma fonte confiável de outra nem tanto, seja para o consumo de notícias ou para a pesquisa.

Técnicas para busca, avaliação de fontes, checagem de notícias e verificação de imagens podem ser ensinados no contexto de qualquer projeto curricular e em qualquer disciplina, sendo essencial planejar espaços para o letramento midiático enquanto camada do trabalho escolar. Acima de tudo, porém, é importante destacar a responsabilidade do cidadão perante a utilização ou compartilhamento de informações falsas, chamando a atenção para as consequências negativas para a sociedade como um todo.

## Criar para aprender

Práticas mais contemporâneas de educação, em um cenário de alto protagonismo do aluno e conectadas com a sociedade e seus problemas reais, incentivam os jovens a participar de forma ativa, crítica e responsável na cultura digital – como criadores, e não apenas consumidores, de informação.

Tais práticas privilegiam **a construção sobre a retenção do conhecimento**. Ao investigar problemas ou conteúdos curriculares e criar narrativas e artefatos digitais para sintetizar, organizar e apresentar o conhecimento adquirido, em um processo bastante similar ao do jornalismo, o jovem ativa o nível de aprendizagem “Criar” (categorizar,



conceber, construir, criar, desenhar, elaborar, projetar, entre outros), o de maior estímulo cerebral para o aprendiz, segundo a taxonomia de Bloom.<sup>10</sup>

***A criação de mídia é um processo de aprendizagem criativa e mão na massa que favorece a construção do conhecimento e o desenvolvimento de pensamento crítico e habilidades comunicativas.***

A pesquisadora Renée Hobbs defende que, ao criar para aprender, as pessoas internalizam ideias e expressam informações de forma criativa, de maneiras que podem inspirar outras pessoas. Além disso, “o letramento midiático enfatiza a ideia de que as crianças podem aprender a expressar suas opiniões de maneira pública desde a infância. Se uma geração de crianças tiver esse letramento como parte de seu aprendizado e praticar com frequência, elas terão menos receio e se sentirão mais seguras a participar do processo democrático.”<sup>11</sup>

As possibilidades não se restringem à área das Linguagens. Se o aluno pode criar um cartaz ou uma dissertação para compartilhar o seu aprendizado em qualquer área do conhecimento, também pode fazer o mesmo, talvez até com mais clareza e alcance, usando apresentações em multimídia, vídeos explicativos, podcasts e até,

como faz Renée Hobbs com seus alunos de graduação – *tweets*. Os museus modernos são exemplos de como a criação em mídias digitais, com linguagem direta e acessível, potencializa e democratiza a documentação científica.

Para isso, porém, o professor precisa se aproximar de algumas práticas e habilidades que são do campo da comunicação e do design. A boa notícia é que não é necessário ser um profissional de comunicação para “criar para aprender”. Hoje existem **ferramentas digitais gratuitas e de baixo custo**, online ou em aplicativos móveis, para criação de vídeos, blogs e sites, podcasts, screencasts, infográficos, animações, mapas interativos e muito mais. [O site midiamakers.org](http://O site midiamakers.org) traz uma curadoria desses aplicativos e recursos para orientar o professor.

## Mídia e participação cívica

O letramento digital e a educação midiática abrem a possibilidade de participação ativa na sociedade, seja através da construção coletiva de conhecimento, ou do engajamento em causas cívicas. Ao “criar para aprender” segue-se o “criar para participar”, à medida em que o jovem aumenta a sua fluência nos meios digitais.



***Precisamos de pessoas em todo o mundo que saibam como acessar informações, avaliar como estão sendo contadas e usar as informações para participar de suas comunidades locais e globais***

Participar é construir coletivamente. Henry Jenkins chama a atenção para o aspecto da construção coletiva de conhecimento na “cultura da participação”: “As escolas muitas vezes procuram desenvolver generalistas em vez de permitir que os alunos assumam papéis diferentes com base em sua expertise emergente. O ideal do homem da Renascença era alguém que sabia de tudo, ou pelo menos sabia muito sobre uma variedade de tópicos diferentes. O ideal de uma inteligência coletiva é uma comunidade que sabe tudo e indivíduos que sabem como acionar a comunidade para adquirir conhecimento segundo sua necessidade a cada momento. No mínimo, as escolas devem ensinar os alunos a prosperar nos dois mundos: ter conhecimento amplo em diversos tópicos, mas também saber quando devem recorrer a uma comunidade maior para obter conhecimentos relevantes. Eles devem saber como resolver os problemas sozinhos, mas também como expandir sua capacidade intelectual trabalhando em um problema dentro de uma comunidade social.”<sup>12</sup>

**Participar é também publicar.** É a partir do entendimento da força e do alcance da comunicação nos meios digitais que o jovem pode ressignificar as redes sociais em que já está inserido, e ativar ferramentas de *storytelling* para divulgar sua produção criativa ou causas.

Curículos como o [Digital Civics Toolkit](#), da Macarthur Foundation, promovem a convergência da educação midiática e participação cívica através das seguintes etapas:

- ▶ **PARTICIPAÇÃO** Os alunos exploram suas identidades e comunidades, identificam questões cívicas que lhes são caras e consideram como poderiam usar a mídia digital para a participação cívica.
- ▶ **INVESTIGAÇÃO** Os alunos buscam e analisam informações on-line sobre a sociedade, buscando avaliar a sua confiabilidade.
- ▶ **DIÁLOGO** Os alunos investigam diversas perspectivas e trocam idéias com outros atores sobre questões cívicas em nosso mundo interconectado.
- ▶ **VOZ** Os alunos consideram como, quando e com que finalidade podem criar, remixar ou modificar o conteúdo que compartilham com outras pessoas em espaços on-line.
- ▶ **AÇÃO** Os alunos consideram uma ampla gama de táticas e estratégias comunicativas para atuar em questões cívicas.<sup>13</sup>

## Para saber mais: curso Educação Midiática e a BNCC

O Instituto Palavra Aberta e a Fundação Carlos Alberto Vanzolini disponibilizam um curso EAD para educadores que tem como objetivo ampliar a reflexão sobre o campo de atuação jornalístico-midiático, parte do componente Língua Portuguesa da BNCC.

Segundo os organizadores, “a participação no curso possibilita a ampliação do letramento midiático por meio da análise, da produção, da circulação e da redistribuição de informação e de opinião. Os educadores participantes terão a oportunidade de refletir sobre a mediação de situações de ensino-aprendizagem na educação básica que envolvam o trato ético e crítico com a informação e a opinião nos tempos e espaços escolares.” O conteúdo inclui:

**A comunicação como direito:** trata dos princípios do direito à comunicação, da liberdade de expressão e da importância da educação midiática nesse contexto.

**O campo jornalístico-midiático:** debate as novas formas de consumo e distribuição da informação, o papel do jornalismo e a pluralidade na imprensa.

**Produção e circulação das informações na era digital:** explica o fenômeno da poluição informacional e o papel das mídias sociais.

**Comunicação de marcas e novos formatos de marketing:** discute as estratégias que a publicidade utiliza para engajar o público com as marcas e a importância da educação midiática para um consumo consciente.

Acesse o curso em [www.educamidia.org.br](http://www.educamidia.org.br)

## Conclusão

Ao dominar a leitura crítica, a habilidade de avaliar informações, o “aprender a aprender” sozinho ou em comunidade, e as técnicas e linguagens da criação de mídias, o jovem cidadão estará apto a adicionar sua voz ao discurso global, compartilhando conhecimento, aumentando a diversidade de vozes e perspectivas na sociedade, ou defendendo causas que lhe são caras, de forma ética e responsável.

**Contribuir para o avanço da liberdade e da democracia no mundo** é, em última instância, o objetivo da educação midiática.



## Metas da educação midiática

### O aluno será capaz de:

- 1** Acessar uma ampla gama de ferramentas digitais e ter flexibilidade para encontrar e adaptar-se a novas ferramentas;
- 2** Realizar, de forma habitual, a análise crítica de textos de mídia em qualquer formato;
- 3** Demonstrar habilidades de produção de mídia fundamentadas em uma escrita técnica ou criativa bem desenvolvida;
- 4** Demonstrar habilidades de busca, curadoria e produção de conhecimento;
- 5** Demonstrar capacidade de solucionar problemas, buscar ajuda e atuar fazendo uso de recursos de mídia;
- 6** Utilizar de recursos de mídia para auto-expressão e interação com outros de forma responsável e consciente.

*Adaptado de [themediaspot.org](http://themediaspot.org)*

## NOTAS

- 1 Common Sense Media, [What is Media Literacy and Why is it Important](#)
- 2 Portal da Imprensa, [“O papel da educomunicação é um papel social”, afirma Jose Ignacio Aguaded Gómez](#)
- 3 Observatório da Imprensa, [Claire Wardle: combater a desinformação é como varrer as ruas](#)
- 4 Columbia Journalism Review, [Readers Guide to Misinformation](#)
- 5 “Os jornais impressos americanos perderam mais da metade de sua força de trabalho em apenas 15 anos, de 412.000 pessoas em janeiro de 2001 para 174.000 em setembro de 2016. Isso é o mesmo que a queda nos empregos de mineração de carvão nos EUA de 1986-2000, de acordo com o Bureau of Labor Statistics. O emprego no jornalismo digital cresceu, mas não rapidamente o suficiente para compensar as perdas na mídia impressa.” Columbia Journalism Review, [Readers Guide to Misinformation](#)
- 6 Science, [The Spread of True and False News Online](#)
- 7 Tribuna de Minas, [Educação midiática é fundamental para o fortalecimento dos povos](#)
- 8 Agência Pública, [Deep fakes são ameaça no horizonte mas ainda não são armas para eleições, diz especialista](#)
- 9 BuzzFeed, [He Predicted The 2016 Fake News Crisis. Now He’s Worried About An Information Apocalypse](#)

- 10 CIEB, Notas Técnicas, [Contribuições para a inclusão do tema tecnologia na Base Nacional Comum Curricular](#)
- 11 Nova Escola, [Letramento midiático nos ajuda a conectar com o mundo](#)
- 12 Henry Jenkins, [Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century](#)
- 13 MacArthur Foundation Research Network on Youth and Participatory Politics (YPP), [Digital Civics Toolkit](#)

## RECURSOS

Padlet Educação Midiática  
<https://padlet.com/mariochs/qq6n1jn97k4m>



Recursos para criação de mídia na escola  
<https://www.midimakers.org/recursos>



## Competências gerais na BNCC do Ensino Fundamental:

**Competência n° 5:** Compreender, utilizar e criar tecnologias digitais de informação e comunicação de forma crítica, significativa, reflexiva e ética nas diversas práticas sociais (incluindo as escolares) para se comunicar, acessar e disseminar informações, produzir conhecimentos, resolver problemas e exercer protagonismo e autoria na vida pessoal e coletiva.

## Competências específicas de linguagens e suas tecnologias para o Ensino Médio:

**Competência n° 7:** Mobilizar práticas de linguagem no universo digital, considerando as dimensões técnicas, críticas, criativas, éticas e estéticas, para expandir as formas de produzir sentidos, de engajar-se em práticas autorais e coletivas, e de aprender a aprender nos campos da ciência, cultura, trabalho, informação e vida pessoal e coletiva.

[Base Nacional Comum Curricular](#)



## MídiaMakers Papers

### Leia também:

MídiaMakers Papers #2:  
**Educação para a informação**

MídiaMakers Papers #3:  
**Busca e propriedade intelectual**

MídiaMakers Papers #4:  
**Criar para aprender: mídias digitais na escola**

Disponíveis em:  
[www.midimakers.org](http://www.midimakers.org)



**Educar para a informação  
é educar para a cidadania.**