



COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA

O ENSINO DE JORNALISMO EM TEMPOS DE INFODEMIA: A EDUCAÇÃO MUDIÁTICA ENQUANTO PRÁTICA ACADÊMICA

Soraya Venegas Ferreira¹; sosovenegas@yahoo.com.br

RESUMO

A pandemia de Covid-19 nos trouxe, além da emergência sanitária, o agravamento do fenômeno da desinformação tanto que a OMS declarou que o mundo vivia também uma “infodemia” sobre a doença. Nesse cenário conturbado, urge retomar os conceitos de educomunicação, letramento digital, educação midiática e outros correlatos para, através das práticas acadêmicas, conscientizar os futuros jornalistas sobre sua responsabilidade na produção de informação de qualidade como pilar para a defesa dos direitos do cidadão e da democracia. Nesse sentido, a turma de Seminários Integrados em Jornalismo de 2021.1 aceitou o desafio de mergulhar na metodologia do programa EducaMídia e preparar produtos jornalísticos em texto, áudio e vídeo para conscientizar a audiência sobre a importância da educação midiática no combate à desinformação, à discriminação, ao cyberbullying e a problemas advindos do contexto pandêmico.

PALAVRAS-CHAVE

Infodemia; Educomunicação; Comunicação Midiática; Práticas acadêmicas; Seminários Integrados de Jornalismo.

1. EDUCAÇÃO MUDIÁTICA E INOCENTES DIGITAIS EM TEMPOS DE CONFINAMENTO – O PAPEL DO JORNALISMO

Em 26 de fevereiro de 2020, o Ministério da Saúde confirmou o primeiro caso de contaminação pelo novo coronavírus no Brasil. A primeira morte por Covid-19 ocorreu pouco mais de 10 dias depois e, em julho do ano seguinte, ultrapassamos a marca de 530 mil mortes em consequência da doença. Cada governo local foi, a seu tempo, impondo e relaxando medidas restritivas à circulação. Enquanto alguns estabelecimentos interromperam as atividades, outros migraram os empregados, às pressas e sem recursos (computadores, cadeiras ergonômicas e

¹ Jornalista, mestre e doutora em Comunicação e Cultura pela UFRJ, com pós-doutorado em Teorias do Jornalismo pelo PPGCom-UFF. Professora titular, pesquisadora vinculada ao Programa Pesquisa Produtividade e Coordenadora do Curso de Jornalismo da Universidade Estácio de Sá. Avaliadora de cursos do MEC-INEP. Multiplicadora do Programa EducaMídia. E-mail: sosovenegas@yahoo.com.br.



acesso de qualidade à internet) ou treinamento, para a modalidade *homeoffice*. Permaneceram ativos no espaço público os serviços considerados essenciais, entre eles, o Jornalismo.

Para se manter em atividade, muitos alteraram suas rotinas produtivas. Os jornalistas integrantes dos chamados grupos de risco tiveram suas funções adaptadas integralmente para o modelo remoto, enquanto outros passaram a trabalhar presencialmente por escala. Parte das empresas adotou a interrupção de contrato e a redução salarial para os jornalistas, mesmo aqueles que tiveram seus lares transformados em sucursais da redação e até em estúdios televisivos. Movimento semelhante atingiu os que ensinam Jornalismo.

Inicialmente cada Instituição de Ensino Superior (IES) teve a opção de interromper ou não as atividades de ensino, pesquisa e extensão. No Rio de Janeiro, por exemplo, em grande parte das IES privadas, os professores tiveram pouco mais de uma semana para retomar as aulas na modalidade ERE – Ensino Remoto Emergencial, cuja permissão foi estendida até 31 de dezembro de 2021, conforme o Parecer nº 19, do Conselho Nacional de Educação (CNE), homologado pelo ministro da Educação, Milton Ribeiro, em dezembro de 2020.

Aos poucos, as instituições públicas, que haviam interrompido as aulas presenciais, retomaram as atividades de ensino, extensão e pesquisa remotamente, alternando estratégias síncronas e assíncronas. Nesse período ficaram ainda mais patentes a falta de domínio de algumas ferramentas digitais, dificuldades de acesso à Internet e inexistência de equipamentos e posturas adequadas para o ensino remoto. Esse cenário não foi exclusivo de alunos ou professores, de instituições públicas ou particulares, mas foi sentido de modo específico em cada sala de aula, agora mediada por telas. Os docentes experimentaram novas estratégias didático-pedagógicas no sentido de promover a aproximação com os alunos, tentar manter a sua atenção e vinculação em projetos práticos, bem como a transparência nas avaliações.

Em pouco mais de 500 dias de pandemia, as modificações no mundo dos jornalistas, assim como no dos professores de Jornalismo, aconteceram de modo



acelerado. Os professores de Jornalismo, que ministravam disciplinas ligadas à produção de imagens fotográficas ou videográficas, tiveram que acompanhar as transformações da atividade profissional e, rapidamente, repensar as atividades práticas para o contexto de isolamento social, de modo que os estudantes se mantivessem críticos e atentos e aos impactos da Covid-19 sem poder ir a campo. As restrições de mobilidade, assim como os riscos de contaminação, impuseram novas estéticas ainda não integralmente estudadas, embora já seja possível detectar alguns trabalhos acadêmicos que tentam mapear essas mudanças.

Parte das transformações nas rotinas produtivas do Jornalismo, e da docência a ele relacionada, já estavam relativamente anunciadas, outras nem tanto. Para Figaro et al.(2020), para além das pressões impostas pelo cenário pandêmico, o setor da comunicação já vinha em crise, gerada em parte pela revolução tecnológica e social imposta pelos ambientes digitais. A autora mostra um mundo do trabalho dos comunicadores marcado por “demissões, contratos precários, rebaixamento salarial, densificação do trabalho, todo tipo de estresse, além do quadro de incertezas sobre o futuro” (2020, p.10). Em contrapartida, ela ressalta nesse momento de crise pandêmica, a informação tornou-se ainda “mais essencial à vida e ao bem-estar das pessoas” (2020, p.10).

A Organização Mundial da Saúde declarou que, em 2020, para além da pandemia global de Covid-19, estávamos vivendo uma “infodemia” sobre a doença. Kalil e Santini pontuam que a infodemia é “caracterizada por uma quantidade e variedade excessiva de informações de diferente qualidade e credibilidade (algumas falsas, outras imprecisas, outras baseadas em evidências” (2020, s/p). A infodemia impõe desafios para que o cidadão identifique fontes e orientações confiáveis, o que representaria riscos para a saúde global. Nesse cenário, o jornalismo passou a ser valorizado como uma fonte confiável, num mundo marcado pela desinformação, pelo excesso de narrativas e de disputas discursivas.

No Brasil, há diversas pesquisas em curso sobre os impactos da pandemia no ambiente de trabalho dos comunicadores. Elas buscam estudar as mudanças nas rotinas de empregados em empresas de mídia, freelancers, profissionais atuantes



em novos arranjos de trabalho jornalístico (FÍGARO, 2013) e os ligados ao jornalismo independente (PATRÍCIO, 2020). Em 2020, a pandemia da Covid-19, além da emergência sanitária, trouxe riscos para diversas áreas. Os pesquisadores de Comunicação Social já vinham alertando para a premência de combater a desinformação, principalmente nas redes sociais e em aplicativos de mensagens. Com a imposição do isolamento social, o fenômeno se potencializou a ponto de a Associação Brasileira de Letras, com base em documentos da ONU, nos apresentar o termo Desinfodemia:

“Notícias falsas sobre coronavírus colocam vidas em risco, diz Unesco. Informações falsas e não confiáveis estão se espalhando por todo o mundo a tal ponto que agora alguns comentaristas estão se referindo à nova avalanche de informações errôneas que acompanhou a pandemia de Covid-19 como uma ‘desinfodemia’.” (nacoesunidas.org, 14/4/2020 apud BECHARA, 2020)

Há tempos, os meios de comunicação tentam captar leitores em um mundo saturado de informação. A concorrência cresce com a participação cada vez mais ativa dos usuários em plataformas, formatos e narrativas digitais. Segundo Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT), em pesquisa divulgada na Revista *Science*, em 2018, as notícias falsas se espalham 70% mais rápido que as verdadeiras e, conseqüentemente, tem maior alcance. O corpus da pesquisa teve mais de 126 mil postagens disseminadas por cerca 3 milhões de pessoas no Twitter entre 2006 e 2017, verificadas por seis agências independentes de checagem. De acordo com o estudo, cada postagem verdadeira atingiu cerca de mil pessoas, enquanto as postagens falsas mais populares chegaram a 100 mil.

Os dados são alarmantes e sensibilizam os jornalistas, que começam a atuar em parceria com educadores no sentido de implementar ações para promover o combate à desinformação e evitar que se fomente o discurso de ódio a ela relacionado. Há ações promovidas por várias entidades, algumas são voltadas especificamente aos educadores, outras aos jornalistas e há ainda as direcionadas aos cidadãos em geral. Essa aproximação entre os campos da Educação e da Comunicação não é exatamente nova, mas nesse século enfrenta desafios crescentes relacionados à presença digital. Termos como Educomunicação, Letramento Midiático, Letramento Digital, Alfabetização Digital, Educação às



Mídias, Educação Midiática tem sido usados para tratar de diversos aspectos da aproximação entre as duas áreas.

Uma pesquisa feita com 92 mil entrevistados em 46 países pelo Reuters Institute em parceria com a Universidade de Oxford, divulgada em 2021.1, mostrou crescimento de 2% entre os que se diziam preocupados com a desinformação. Em média, 58% dos respondentes explicitaram a preocupação. O relatório estratifica os dados brasileiros, onde a mesma inquietação é a mais significativa de toda a amostra, com 82% dos respondentes se dizendo preocupados. No Brasil, segundo o relatório, a penetração da Internet é de 71%, mas a televisão, embora continue a perder espaço para as mídias sociais como fonte de notícias, mantem-se como principal força de mídia.

O uso de mídias sociais para notícias, no total da amostra, é especialmente notável entre os mais jovens e com níveis de escolaridade mais baixos. No hemisfério sul, os aplicativos de mensagens como WhatsApp e Telegram caíram no gosto popular, o que aumenta a preocupação com a desinformação sobre o Coronavírus. Com relação à confiabilidade, o relatório aponta que 34% dos brasileiros confiam nas redes sociais digitais para obtenção de informação noticiosa.

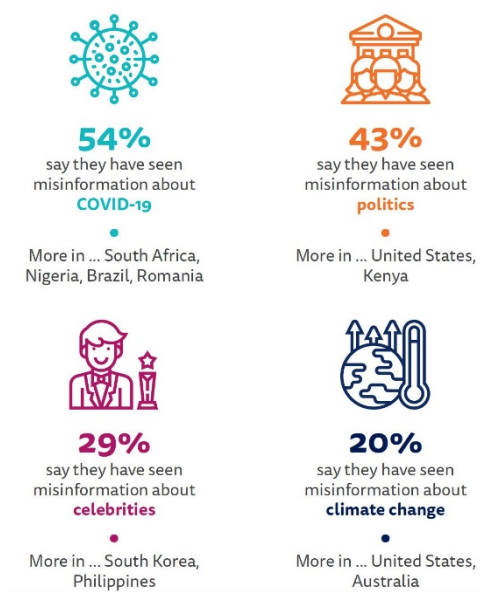
Como dado esperançoso, a pesquisa aponta que a confiança nas notícias cresceu em média 6%. Em 2021, nos países pesquisados, em média, 44% dos respondentes confiam na maioria das notícias na maior parte do tempo, enquanto 54% acreditam ter visto alguma desinformação sobre a pandemia em um dos canais pelos quais recebe informações. A desinformação sobre a pandemia tem o Brasil como destaque e, em termos da amostra mais geral, é seguida pelas áreas de política, celebridades e mudanças climáticas, como mostrado na Figura 1.

Figura 1 – Questão: FAKE_NEWS_2021a. Você viu informações falsas ou enganosas sobre algum dos tópicos a seguir, na última semana? Base: amostra total em todos os mercados: 92.372.



ENTRE INCERTEZAS E AÇÕES COLETIVAS

ABEJ 2021 - XX Encontro Nacional de Professores de Jornalismo



Fonte: Relatório de notícias digitais 2021

Esse artigo parte do cenário retratado anteriormente e da constatação de que, sob a percepção errônea de que os jovens são “nativos digitais” e que, portanto, já nascem sabendo como analisar e produzir conteúdo midiático para as redes, o “letramento da audiência” tem sido negligenciado. O projeto que serve de relato de experiência foi desenvolvido segundo a metodologia do programa EducaMídia, vinculado ao Instituto Palavra Aberta e que conta com o apoio do Google.org. A turma do turno da manhã da disciplina Seminários Integrados em Jornalismo 2021.1, da Universidade Estácio de Sá – campus Niterói, onde a prática foi implementada, tinha 22 alunos ativos.

Todas as atividades foram realizadas remotamente e os 28 produtos jornalísticos delas resultantes tiveram como objetivo instrumentalizar não apenas os alunos, mas também a comunidade que segue a página do curso no Facebook (<https://www.facebook.com/Nujornit/>) a ler criticamente os conteúdos com os quais tem contato, separar o que é fato do que é opinião e desconfiar de conteúdos virais. Sem a educação para os meios não há interesse pela informação de qualidade e, conseqüentemente, pelo jornalismo de qualidade para o qual estamos formando nossos estudantes. Ademais, como visto em pleitos recentes, sem educação midiática coloca-se em risco a democracia e o exercício pleno da cidadania.



2. EDUCAÇÃO SOBRE, COM, PARA A COMUNICAÇÃO: ENTRE A EDUCOMUNICAÇÃO E A EDUCAÇÃO MUDIÁTICA

De acordo com Adilson Citelli, Maria Immacolata Vassallo de Lopes e Ismar de Oliveira Soares (2019) a área de Educomunicação, na tradição latino-americana nasceu nos anos 1960, em parte como reação ao contexto ditatorial que assolava o continente, trazendo violência, censura e negação do estado democrático de direito. Contudo, Soares (2011) ressalta que as pesquisas sobre a aproximação entre Educação e Comunicação começaram muito antes em alguns pontos da Europa e nos Estados Unidos. Já no início do século XX, há trabalhos sobre *Media Literacy* e *Media Education*, utilizados para fomentar a recepção crítica dos meios de comunicação. Esse foi o sentido das pesquisas e práticas implementadas por Mário Kaplún e outros grupos ligados à Organização Católica Latino-Americana e Caribenha de Comunicação (OCLACC), que reafirmam o teor pedagógico e analítico atribuído ao conceito.

Soares ainda pontua que no contexto latino-americano, as práticas educacionais se desenvolveram prioritariamente fora da escola e numa perspectiva dialética no que se convencionou chamar de “comunicação alternativa”, “educação popular” ou ainda “comunicação popular e alternativa”. Ao longo da década de 1990, essa “educação à mídia” chegou aos núcleos de extensão universitária e às ONGs voltadas ao uso dos meios de comunicação para a formação de crianças e jovens. Com isso, para além da abordagem clássica da leitura crítica de mídia, passou-se a investir numa “produção de comunicação” de modo mais descentralizado, democrático e participativo.

A partir de 1999, o pesquisador aponta que o termo Educomunicação passou a ser corrente nos textos do Núcleo de Comunicação e Educação da Universidade de São Paulo (NCE-USP). Pouco mais de 20 anos depois, no I Seminário de Pesquisa em Educomunicação: da formação profissional às práticas sociais, realizado remotamente em julho de 2021, ele apontava a existência de 430 pesquisas acadêmicas sobre o tema que, segundo levantamento de 2020, integra



109 programas de pesquisa, sendo 83% em nível de mestrado e 17%, de doutorado.

Há significativa evolução entre primeira e a segunda décadas do século XXI, o que, para Soares, indica também um crescimento nas práticas educomunicativas e uma diminuição proporcional da representatividade das pesquisas da USP, que ainda mantém na liderança, não mais com os 70% da primeira década. Agora a Universidade de São Paulo é seguida por UFMT (Universidade Federal do Mato Grosso), UFPR (Universidade Federal do Paraná), Unesc (Universidade Estadual de Santa Catarina) e UFSM (Universidade Federal de Santa Maria), que têm consistência crescente em seus núcleos de pesquisa.

Quanto aos primeiros anos da educomunicação, Soares acrescenta que Paulo Freire, ao perceber a comunicação como indispensável no processo educativo, foi um dos pioneiros na interrelação Comunicação/Educação e reconhece que, embora bastante utilizado em diversas partes do mundo, o termo educomunicação ainda nos traz desafios epistemológicos. Na perspectiva da educadora Elisa Thobias, o termo refere-se a um campo teórico-prático cujas intervenções podem se dar em algumas linhas: “educação para a mídia, o uso das mídias na educação, a produção de conteúdos educativos, a gestão democrática das mídias, a prática epistemológica e experimental do conceito” (THOBIAS, 2021, s/p).

Há os que aplicam o conceito a fim de estimular o protagonismo do aluno para produções e criações midiáticas, de modo a ampliar o diálogo, a participação e a criatividade em espaços formais e informais de ensino. Em função dessa multiplicidade de compreensões do conceito, Citelli, Lopes e Soares nos apontam alguns vetores conceituais:

o imperativo de reconhecer o contexto no qual o mister educomunicativo ganha efetividade; intervenção social, verificação dos fenômenos da linguagem, da pluralidade de signos e discursos abrigadores dos processos educativos (nomeadamente os de natureza formal) e comunicativos – o caráter multidimensional da linguagem funciona como nexos a ser acompanhado em seus deslocamentos das salas de aula (ou outras instâncias educadoras) para os veículos de comunicação e vice-versa –; a indagação sobre o lugar das tecnologias, dos media, dos processos comunicacionais nos quadros da sociedade atual; e, finalmente, o olhar especioso sobre a



formação da cidadania, baixo os influxos sociotécnicos. (CITELLI, SOARES e LOPES, 2019, p.23)

Para Walter dos Santos, Angélica Pereira e Taís Ghisleni, a educomunicação pode ser vista “como um novo campo do conhecimento para melhorar a relação da docência com os discentes nos ambientes educacionais inovando e modernizando o ensino e aprendizagem” (2020, p.142). Os autores centram sua abordagem no uso da comunicação como elemento facilitador da aprendizagem, na medida em que acreditam que no Brasil, apesar da tecnologia 4.0 ainda praticamos educação 2.0 com alunos/as nativos digitais e professores que não nasceram na era da Internet.

A expressão “nativo digital” foi cunhada por Marc Prensky no início do milênio para designar uma geração totalmente diferente das anteriores por estar em contato com as tecnologias digitais desde o nascimento. A ela, se contrapunham todas as gerações anteriores: os “migrantes digitais”. Surge aí a primeira discordância dos que defendem a necessidade urgente da educação midiática. De acordo com Ana Cláudia Ferrari, Daniela Machado e Mariana Ochs, “nem mesmo quem nasceu e cresceu neste universo tão cheio de opções de informação e entretenimento tem as habilidades para lê-lo corretamente, ainda que consiga acessar conteúdo livremente” (2020, p.22).

Por isso, defendem que ao invés de “nativos digitais”, eles sejam chamados de “inocentes digitais”. Para essa argumentação, as autoras se apoiam em uma pesquisa feita, em 2016, por Sam Wineburg, do Stanford History Education Group (SHEG) com mais de 7800 estudantes, dentre os quais mais de 80% não foram capazes de fazer a distinção entre conteúdo patrocinado (publicidade) e reportagem jornalística e menos de 20% sabiam questionar adequadamente a fonte de uma informação.

É nesse contexto contemporâneo que o conceito de educação midiática foi atualizado e chegou com força a Base Nacional Comum Curricular (BNCC), onde pode ser visto em três das competências gerais: Comunicação, Cultura Digital e Argumentação. A primeira pressupõe o uso de diferentes linguagens para se



expressar em diversos contextos. A segunda visa a compreensão e utilização das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs) de modo significativo, crítico e ético e a terceira reforça a habilidade de argumentar com base em informações confiáveis para fomentar o diálogo e a defesa de pontos de vista. Na perspectiva de Thobias,

educação midiática é a capacidade de ler criticamente e de participar de forma ativa do mundo conectado (...). Não basta mais ler o que chega às nossas mãos, é preciso interpretar intenção, autoria e contexto, além de dominar as ferramentas e as linguagens que nos permitem ter voz no ambiente midiático. Para isso, a educação midiática desenvolve habilidades como a análise crítica da mídia, a cidadania digital, a participação cívica, a fluência digital, a autoexpressão e o letramento da informação. (THOBIAS, 2021, s/p)

Ainda para esclarecer questões conceituais, Ferrari, Machado e Ochs diferenciam letramento (ou alfabetização) digital de educação midiática. Para elas, que integram o projeto EducaMídia, o letramento trata das competências para escolher e utilizar as ferramentas e dispositivos digitais, que vão desde o uso correto do mouse até a seleção de ferramentas e aplicativos adequados a uma tarefa, além de conhecimentos das TICs.

Para as autoras, educação midiática é um conceito mais abrangente e envolve o responsabilizar-se. Exige reflexão sobre responsabilidades e oportunidades em relação às mensagens recebidas, produzidas e compartilhadas. Para o EducaMídia, nas palavras das autoras, “educação midiática é o conjunto de habilidades para acessar, analisar, criar e participar de maneira crítica e reflexiva do ambiente informacional e midiático em todos os seus formatos – dos impressos aos digitais” (FERRARI, OCHS E MACHADO, 2020, p.26)

Assim como a educomunicação, a educação midiática coloca educação e comunicação em diálogo e reforça a preocupação com a cidadania e garantia do direito à expressão e à comunicação, buscando dar conta da atual sociedade hiperconectada. Wendel Freire, Cristiane Parente e Raphael Kapa ainda nos lembram que uma correta utilização dos meios de comunicação pelos cidadãos pode estimular a participação popular e ampliar a democracia. A comunicação deve dar conta da pluralidade de olhares, portanto “essa comunicação e a



publicidade são considerados pilares da democracia com informação de qualidade disponível a todos e todas, pensando no interesse público e possibilitando a intervenção dos cidadãos” (2020, p.91).

3. APROXIMAÇÕES ENTRE JORNALISMO E EDUCAÇÃO MUDIÁTICA EM TEMPOS DE INFODEMIA

Entre 2017 e 2018, foi homologada pelo MEC a Base Nacional Comum Curricular (BNCC), primeiramente para os Ensino Fundamental I e II e depois para o Ensino Médio. A BNCC aborda o jornalismo em vários momentos, mas de forma mais explícita, ele pode ser encontrado no Campo Jornalístico-Midiático, contemplado em Língua Portuguesa. Para o professor Márcio Gonçalves, essa abertura da BNCC,

possibilita o desenvolvimento de muitas atividades de leitura na escola: entrevista, reportagem, fotorreportagem, foto-denúncia, artigo de opinião, editorial, resenha crítica, crônica, comentário, debate, vlog noticioso, vlog cultural, meme, charge, charge digital, political remix, anúncio publicitário, propaganda, jingle, spot, entre outros). Pode-se ir além, pensando em gêneros mais complexos relacionados com a apuração e o relato de fatos e situações: reportagem multimídia e documentário, por exemplo. (GONÇALVES, 2018: s/p)

Das dez competências estabelecidas no documento, o autor destaca as de número 5 e 7. A quinta está relacionada à compreensão, utilização e criação (sempre de forma crítica, significativa, reflexiva e ética) das tecnologias digitais de informação e comunicação. Elas devem ser usadas para se comunicar, acessar e disseminar informações, bem como produzir conhecimento, resolver problemas e exercer protagonismo e autoria em termos pessoais e coletivos.

Percebe-se que as competências listadas na BNCC estão alinhadas com o que se espera do jornalista profissional, que cada vez mais depende das tecnologias digitais para o processo de produção e difusão de notícias. Ressalta-se que, de acordo com Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs), a formação universitária em Jornalismo é ao mesmo tempo generalista, humanista, crítica e reflexiva, para que o profissional dê conta da “complexidade e do pluralismo característicos da sociedade e da cultura contemporâneas e, por outro, dos fundamentos teóricos e técnicos especializados”. (BRASIL, 2009, p.16-17)



A sétima competência da BNCC prevê que o estudante tenha capacidade de argumentação, sempre baseada em fatos, dados e informações confiáveis. Sua defesa de ideias deve respeitar e promover “os direitos humanos, a consciência socioambiental e o consumo responsável em âmbito local, regional e global, com posicionamento ético em relação ao cuidado de si mesmo, dos outros e do planeta.” (BRASIL, 2018, p.9)

Nota-se nessa competência também um alinhamento em relação ao que é exigido dos jornalistas profissionais e que se torna cada vez mais desafiador em tempos de desinformação, infodemia e pós-verdade. Não apenas os professores universitários, mas também os de ensino fundamental e médio devem orientar seus alunos quanto a procedimentos básicos de checagem de fatos noticiados e de fotos publicadas para a combater a proliferação de notícias falsas.

Ressalta-se que não é intenção da BNCC formar checadores profissionais. Para isso, além das universidades, existem cursos específicos e para o *fact-checking*, as agências. Mas é preciso despertar atitudes críticas em relação aos conteúdos recebidos, estimulando a conferência da veracidade antes de qualquer compartilhamento. Deve-se estimular ainda postura flexível, evitando que os alunos se deixem levar pelo viés de confirmação, disseminando sem verificar, apenas o que confirma suas crenças. Por isso, diante da veracidade, é necessário que sejam capazes de rever crenças e opiniões, sem disseminar discurso de ódio.

Diante desse cenário é possível identificar algumas iniciativas direcionadas especificamente a estudantes e profissionais do Jornalismo, bem como outras mais abertas, para o oferecimento de capacitações para instrumentalizar aqueles que estão preocupados com a desinformação ou tem na informação de qualidade a base de sua profissão. Esse é o caso da Abraji – Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo, que ofereceu, durante o período de pandemia, gratuitamente, vários cursos, entre eles, o *Comprova de Verificação* e o *Monitoramento e Investigação de Conteúdos Digitais*.

O Redes Cordiais, projeto de educação midiática, ligado ao ITS-Rio que busca capacitar comunicadores e influenciadores digitais para a combater a



desinformação e o discurso de ódio nas redes sociais, também desenvolveu ações em sentido semelhante. Com apoio do Facebook, foram disponibilizados na rede, os cinco módulos do curso *Novas Rotinas para um Jornalismo de Credibilidade*, além de lançar o manual *Boas Práticas de Combate ao Assédio Virtual contra Jornalistas para Redações*. Especificamente em relação a esse material, os alunos da disciplina Seminários Integrados em Jornalismo foram estimulados a acompanhar o curso, mas duas aulas foram obrigatórias: a primeira, *Fact-checking, cobrindo boatos, rumores e fake News*, com Natalia Leal, da Agência Lupa e a aula 4 do Módulo 3 *Como fazer esta máquina parar? Iniciativas e estratégias*, com Debora Albu, do ITS, que apresenta estratégias para lidar com o assédio online e com o discurso de ódio.

A disciplina de Seminários Integrados de Jornalismo, com 44h/a teóricas, foi inserida no Projeto Pedagógico de Curso (PPC) de Jornalismo da Universidade Estácio de Sá no sétimo período no sentido de retomar e atualizar conteúdos de formação geral em humanidades e específicos em teorias da comunicação e do jornalismo, bem como mais técnicos em relação à apuração, produção e edição jornalística para as diversas mídias. A primeira parte de plano de ensino contempla ainda a cultura de avaliação no país, passando por avaliações externas como Enem e Enade e internas a IES, como a Comissão Própria de Avaliação.

No sentido de fazer com que todos os conteúdos fossem minimamente contemplados no período letivo de ensino remoto emergencial, colocando o aluno como agente ativo da construção do conhecimento, o docente optou por trabalhar com seminários temáticos na primeira metade do semestre e práticas orientadas na segunda, quando a metodologia EducaMídia foi aplicada de modo mais direto. Todos os temas, embora gerais, deveriam ser trazidos para o contexto da informação jornalística, para o cenário pandêmico e, se possível, atravessados pela leitura crítica de mídia.



Na primeira parte do curso, além dos materiais do curso do Redes Cordiais² e da Abraji³, foram apresentadas aos alunos as iniciativas de cidadania digital do Safernet⁴ e os materiais dedicados especialmente ao jornalismo no site do Instituto Palavra Aberta e do programa EducaMídia. Foram apresentados ainda os canais que ambos mantêm no Youtube. Entre os destaques estão a websérie, desenvolvida em parceria com o Facebook⁵ e ainda alguns artigos publicados pelo EducaMídia, que esclarecem que não existe intenção de minimizar a importância do jornalismo ou colocá-lo de modo simplista na prática escolar. Alguns dos artigos sugeridos foram escritos por Daniela Machado⁶, que atua no EducaMídia fazendo a aproximação entre o programa e os jornalistas e Patrícia Blanco⁷, presidente do Instituto Palavra Aberta.

EDUCAÇÃO MIDIÁTICA PARA ALÉM DO LETRAMENTO DIGITAL – MÃO NA MASSA SOB INSPIRAÇÃO DO EDUCAMÍDIA

O EducaMídia é o programa de educação midiática, criado há cerca de dois anos, vinculado ao Instituto Palavra Aberta, organização sem fins lucrativos, com pouco mais de dez anos e fundadores ligados às empresas de comunicação (ANJ – Associação Nacional de Jornais, ABERT – Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão, ANER – Associação Nacional de Editores de Revistas e ABAP – Associação Brasileira de Agências de Publicidade). Tem como associados efetivos Grupo Globo, Google e Facebook. Suas parcerias acadêmicas estão sediadas em São Paulo (ESPM, NCE-USP e OBCOM-USP).

Em alinhamento com a missão⁸ do Instituto Palavra Aberta, o programa EducaMídia tem como público-alvo os professores, mas tem atraído outros

² https://www.jornalistasnasredes.com.br/?fbclid=IwAR1EjiI88LkjT6F6IhOMTs3n_1Ko-Hr65GHdAiHNIm3oOnPXiEsEFE9bEpg0, acesso em abril de 2021

³ <https://cursos.abraji.org.br/>, acesso em abril de 2021

⁴ <https://www.safernet.org.br/cidadao-digital/>, acesso em fevereiro de 2021

⁵ <https://www.palavraaberta.org.br/atuacao/webserie-jornalismo>

⁶ MACHADO, Daniela. Quando o Jornalismo encontra a sala de aula, disponível em <https://educamidia.org.br/quando-o-jornalismo-encontra-a-sala-de-aula/> e MACHADO, Daniela. Educação e o futuro do jornalismo, disponível em <https://educamidia.org.br/educacao-e-o-futuro-do-jornalismo/>, acesso em maio de 2021

⁷ BLANCO, Patrícia. Sociedade precisa conhecer o Jornalismo, disponível em <https://educamidia.org.br/sociedade-precisa-conhecer-o-jornalismo/>, acesso em maio de 2021

⁸ O Instituto Palavra Aberta tem como missão “Promover e incentivar as liberdades democráticas, em especial, a liberdade de expressão e a livre iniciativa” e sua visão é “Auxiliar e produzir as condições de liberdades em instituições democráticas fortes para a nossa e para as futuras gerações”. Explicita no site da instituição (<https://www.palavraaberta.org.br/sobre-o-instituto/missao-visao-e-valores>) que não é “Instituição setorial que serve



profissionais para suas formações de multiplicadores. Antes da pandemia, elas eram presenciais, mas desde 2020.2 passaram a ser remotas, o que ampliou o alcance geográfico da formação bem como o número de multiplicadores formados (cerca de 350 em cada programa com duração de aproximadamente três meses, com alternância de momentos síncronos e assíncronos). O programa defende que formações, recursos e projetos, além de novas abordagens pedagógicas proporcionadas pelas TICs, promovem uma cultura de aprendizagem que estimula a curiosidade e o aprendizado contínuo.

Entre os muitos materiais utilizados e disponibilizados na formação, há vídeos, livros, artigos, planos de aula e objetos de aprendizagem e de planejamento de atividades como o kit de cartas sociedade conectada, baralho de ideação da educação midiática e, sobretudo, o que guia toda a formação: a mandala da educação midiática. Foi com base em seu entendimento, que as atividades práticas foram desenvolvidas em Seminários Integrados em Jornalismo.

Figura 2 – Mandala da Educação Midiática



Fonte: Educamidia.org.br

Como a turma já estava dividida em sete equipes de três a quatro alunos que haviam apresentado seminários temáticos na primeira metade do curso, após a apresentação da metodologia do EducaMídia, estímulo a exploração do site

aos interesses de um ou mais grupos; Organização política ou filiada a partidos políticos; Entidade que faz lobby ou atua para o interesse de grupos comerciais específicos”



<https://educamidia.org.br/>, foi dada a opção que cada equipe elaborasse seu projeto de educação midiática aproveitando os temas já desenvolvidos nos seminários, fizessem um recorte do que havia sido estudado ou escolhessem algo completamente diferente.

Possivelmente em função da exiguidade dos prazos, as equipes escolheram a primeira ou segunda opções e, tiveram seis semanas para redigir um projeto explicitando o entendimento dos eixos ler, escrever e participar; relacionar cada um dos eixos a três formatos de produtos jornalísticos (em texto, áudio e vídeo) pré-determinados pelo docente, a saber: dois textos de cerca de 2 mil caracteres sobre o mesmo tema, sendo um do gênero informativo e outro opinativo; um podcast de cinco a oito minutos em formato livre, mas preferencialmente contemplando entrevista e; um vídeo de três a cinco minutos de formato livre. Cada equipe poderia dividir as tarefas de modo mais adequado às aptidões e rotinas de cada integrante, contudo, ao final do processo ficou claro que, quanto mais os grupos desenvolveram o trabalho de modo integrado, mais ele atendeu às expectativas do projeto.

Tabela 1: Temas dos trabalhos

Equipes	Temas
Equipe 1	Educação Midiática e Relações de Gênero (Assédio)
Equipe 2	Educação Midiática no combate ao Cyberbullying
Equipe 3	Educação Midiática no combate à Desinformação
Equipe 4	Educação Midiática na Escola no contexto pandêmico
Equipe 5	Educação Midiática no combate à intolerância de gênero (LGBTQIA+)
Equipe 6	Educação Midiática e questões ambientais e de sustentabilidade
Equipe 7	Educação Midiática no contexto pandêmico

Fonte: Elaboração própria

A aplicação dos eixos aos produtos foi o primeiro desafio apontado pelos estudantes que, em geral, tentaram atrelar as competências do eixo escrever aos textos informativos e opinativos e ao tema escolhido pela equipe. Nesse item, a dificuldade enfrentada parece reafirmar os dados do relatório divulgado pela Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), com grande repercussão em maio de 2021. Ele apontava que, no Brasil, 67% dos estudantes de 15 anos não conseguiam diferenciar fatos de opiniões. Na produção textual, os alunos demonstraram insegurança quanto aos gêneros jornalísticos,



bem como aos desafios de argumentar baseados em fatos num artigo opinativo, diferenciando esse texto do de reportagem.

Como os encontros eram semanais, bem como a entrega do projeto e dos produtos, foi possível fazer o acompanhamento e propor os ajustes para a entrega definitiva. Embora cada equipe pudesse escolher a ordem de postagem dos produtos jornalísticos, as sete equipes agendaram suas entregas de acordo com a complexidade técnica: textos, podcast e vídeo. Os textos deveriam ser acompanhados por imagens. Apenas uma das equipes optou por ilustrações autorais. Em função das limitações de circulação impostas pela pandemia, não foram exigidas fotos autorais, mas sim que as imagens retiradas da Internet fossem verificadas e corretamente creditadas.

Aos textos, seguiu-se o podcast. Nesse produto já foi possível identificar a alternância entre os eixos ler e participar o que, por consequência, impactou a escolha do eixo para os vídeos. Duas equipes recorreram aos professores do curso como entrevistados para tratar dos temas escolhidos, enquanto os cinco restantes recorreram a outras fontes. Reforçou-se nesse formato a dificuldade dos estudantes em atrelar claramente o conceito de educação midiática aos temas específicos de cada equipe. Esse alinhamento oscilou entre o inexistente, discreto e forçado para os grupos cujo tema não estava diretamente ligado à comunicação.

Quanto aos vídeos, várias estratégias foram usadas para evitar grandes demandas de edição, seja pelo tempo disponível para entrega ou ainda pela falta dos programas, de domínio de softwares livres ou de computadores adequados à tarefa. Apenas duas equipes recorreram a entrevistados cuja participação foi enviada em vídeo, a maior parte dos estudantes optou por usar suas casas como “estúdio”, a exemplo do que ocorre no mercado jornalístico profissional.

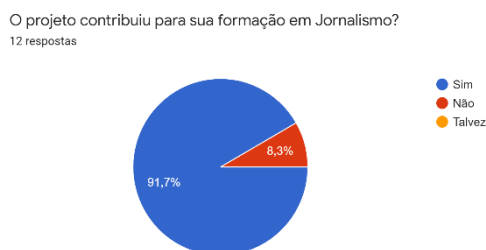
Outro ponto a ser destacado foi a percepção de que os três eixos da mandala: ler, escrever e participar eram vistos em interrelação. Não havia como tratar da participação, sem leitura crítica ou fluência digital. Não era possível fazer análise crítica de mídia, sem capacidade de autoexpressão. As dificuldades eram postas semanalmente e, cabia ao docente, explicitar um pouco mais sobre a metodologia,



sugerir adequações de pauta, ajustes técnicos e estimular à autonomia na produção jornalística.

No fim do período, notas lançadas, optou-se por fazer uma pesquisa de percepção do projeto. A primeira dificuldade foi a obtenção de respostas. Dos 22 alunos relativamente ativos nos projetos, apenas 12 responderam às questões postas pelo docente, que pretende dar continuidade ao projeto, seja com a nova turma da mesma disciplina, seja como projeto de extensão, que conta com 100% de aprovação dos respondentes, mas apenas quatro voluntários. Duas das perguntas objetivas e de resposta fechada tocam em objetivos primordiais da atividade. Pelas respostas, nota-se que um aluno não reconhece contribuições à sua formação e dois tem dúvidas sobre o impacto dos conteúdos produzidos.

Gráfico 1- Contribuições do projeto para a formação em Jornalismo



Fonte: elaboração própria

Gráfico 2 – Contribuições dos produtos jornalísticos para a cidadania



Fonte: elaboração própria

Nas perguntas abertas, buscou-se questionar a importância da educação midiática para o jornalismo e vice-versa. Boa parte dos respondentes apontou a importância da educação midiática para a cidadania e qualificação inicialmente dos profissionais e, posteriormente do público. Já no sentido inverso, um dos respondentes pontua que “O Jornalismo pode ser uma forma de informar sobre a necessidade da educação midiática e como as pessoas comuns (que não trabalham na área) podem se proteger de



informações falsas e, por consequência, de espalhar a desinformação”. Outro ponto ressaltado pelos estudantes foi o fato de não terem visto esse conteúdo de modo tão específico e aprofundado durante o curso, mostrando como a educomunicação ainda é uma área que precisa ser aprofundada na formação dos jornalistas.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O uso de práticas ligadas a educomunicação colocaram professora e estudantes num terreno no qual era possível identificar a premência de ações, assim como a emergência de novos materiais a cada semana. O ensino remoto emergencial nos permitiu a exploração mais cotidiana de vídeos, sites e materiais interativos que desafiavam os alunos não apenas a revisitarem os conteúdos trabalhados no curso, como exigia o plano de ensino da disciplina, mas aplicá-los ao cenário pandêmico contemporâneo e aos temas que os interessavam.

O fato de a escolha do tema ter sido negociada entre as equipes, que conseguiram chegar a um consenso após alguns momentos de argumentação, foi o sinal de que o projeto poderia funcionar com aquele grupo que prontamente respondeu aos desafios que lhes iam sendo propostos. Questões ligadas a assédio e discriminação de gênero, cyberbullying, desinformação, discurso de ódio, desafios da pandemia e preocupação com o meio ambiente os atingiam diretamente em maior ou menor grau. Em parte, essa era uma das motivações para a produção jornalística.

As dificuldades pontuadas pelos estudantes demonstram que, numa segunda edição, o tempo de execução do projeto precisa ser revisto, seja na apresentação da proposta e dos conteúdos disponíveis na rede quanto na orientação técnica e de estruturação de cada produto jornalístico esperado. A divulgação dessas primeiras 28 produções está prevista para 2021.2, quando se iniciará uma nova fase da pesquisa, levando em conta o impacto (ou não) na audiência da página do Nucom Jornalismo Niterói no Facebook.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA ESTADO. 'Fake news' têm 70% mais chance de viralizar que as notícias verdadeiras, segundo estudo. Disponível em <https://bitly.com/BqzQs> , acesso jul. 2021



- BECHARA, Evanildo. Desinfodemia, disponível em <https://www.academia.org.br/artigos/desinfodemia>. Acesso nov. 2020
- BRASIL. **Base Nacional Comum Curricular (BNCC)**, 2018, disponível em [BNCC EF 110518 versaofinal site.pdf \(mec.gov.br\)](https://www.mec.gov.br/BNCC/EF110518-versaofinal-site.pdf), acesso jun. 2021
- BRASIL. Portaria nº 203, de 12 de fevereiro de 2009. **Relatório da Comissão de Especialistas instituída pelo Ministério da Educação - Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de Jornalismo.**
- CITELLI, Adilson et. Al. Educomunicação: referências para uma construção metodológica, in **Comunicação & Educação**, Ano XXIV, número2, jul/dez 2019
- EDUCAMÍDIA, em <https://educamidia.org.br/>
- FERRARI, Ana C. et. Al. **Guia de Educação Midiática.** São Paulo: Instituto Palavra Aberta, 2020.
- FIGARO, Roseli et Al. **Relatório de pesquisa: Como trabalham os comunicadores em tempos de pandemia da Covid-19.** São Paulo, ECA-USP, 2020.
- FREIRE, Wendel et Al. **Educação Midiática: para uma democracia digital.** Rio de Janeiro, Wak Editora, 2020
- GONÇALVES, Márcio. "Jornalismo Digital chega ao Ensino Médio com a aprovação da Base Nacional Comum Curricular", disponível em <https://bityli.com/vVhe5>, acesso jul. 2021
- INSTITUTO PALAVRA ABERTA, em <https://www.palavraaberta.org.br/>
- I Seminário de Pesquisa em Educomunicação - Da formação profissional às práticas sociais, 07/07/2021, disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=VfnLLAnWm7Y>. Acesso ao vivo.
- KALIL, I. & SANTINI, R. M. **Coronavírus, Pandemia, Infodemia e Política.** Relatório de pesquisa. 21p. São Paulo / Rio de Janeiro: FESPSP / UFRJ. Disponível em https://www.fespsp.org.br/store/file_source/FESPSP/Documentos/Coronavirus-e-infodemia.pdf, acesso mai. 2021
- PATRÍCIO, Edgard. Jornalismo e pandemia – Impactos da Covid-19 nas rotinas de produção do jornalismo independente do Ceará, disponível em <http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2020/paper/viewFile/2547/1475> acesso mai. 2021
- OLIVEIRA, Élide. 67% dos estudantes de 15 anos do Brasil não sabem diferenciar fatos de opiniões, afirma relatório da OCDE, disponível em <https://bityli.com/0Xt9k>, acesso jun.2021
- REUTERS INSTITUTE. **Relatório de Notícias Digitais.** Disponível em <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021/dnr-executive-summary>, acesso jul. 2021
- SANTOS, Walter et Al. A educomunicação como campo do conhecimento para o ensino e aprendizagem no século XXI in **Disciplinarum Scientia. Série: Ciências Humanas**, Santa Maria, v. 21, n. 1, p. 141-151, 2020
- SOARES, Ismar de Oliveira. **Educomunicação: o conceito, o profissional, a aplicação: contribuições para a reforma do ensino médio.** São Paulo, Edições Paulinas, 2011.



THOBIAS, Elisa. Como a educomunicação e a educação midiática se relacionam?, disponível em <https://educamidia.org.br/como-a-educomunicacao-e-a-educacao-midiatica-se-relacionam/#autor>, acesso jul. 2021.