

EDUCAÇÃO MIDIÁTICA NA PRÁTICA: DESCOBERTAS A PARTIR DA INTERAÇÃO EM SALA DE AULA

Alice Melo Xavier¹, Nathália Saidelles Cunha², Taís Steffenello Ghisleni³

Resumo

Este artigo apresenta um relato de experiência desenvolvido na disciplina de Cultura Digital, ofertada ao curso de Publicidade e Propaganda de uma instituição de ensino superior. O objetivo é analisar uma atividade prática voltada à educação midiática, na qual se buscou problematizar conceitos essenciais para a leitura crítica da informação em ambientes digitais. A proposta consistiu em uma intervenção pedagógica realizada com nove estudantes, organizada em três etapas principais: exposição dialogada sobre noções de educação midiática, aplicação de um jogo interativo elaborado na plataforma Genially e discussão coletiva sobre os conceitos mobilizados. Metodologicamente, caracteriza-se como abordagem qualitativa, de natureza descritiva, sustentada pelo relato da atividade e pelas percepções dos participantes. A experiência permitiu identificar que alguns conceitos, como curadoria, desinformação e segurança digital, eram parcialmente conhecidos, enquanto outros, como *phishing* e pós-verdade, apresentaram menor familiaridade entre os estudantes. A ação possibilitou também observar o envolvimento da turma e o potencial dos recursos digitais para favorecer a compreensão, a interação e a reflexão sobre práticas de consumo e produção de informação. Como contribuição, o relato evidencia a pertinência de integrar a educação midiática às formações em comunicação, especialmente em cursos que dialogam diretamente com dinâmicas contemporâneas de circulação de conteúdos. Reconhece-se como limitação o número reduzido de participantes e o caráter pontual da intervenção, apontando-se como possibilidade futura a ampliação da atividade para outras turmas e contextos formativos.

Palavras-chave: Alfabetização digital; Cultura Digital; Ensino; Práticas educacionais.

¹ Bacharel em Publicidade e Propaganda pela Universidade Franciscana - UFN. Mestranda em Comunicação pela Universidade Federal de Santa Maria- UFSM. Santa Maria, RS, Brasil. E-mail: alicemeloxavier@gmail.com

² Bacharel em Publicidade e Propaganda pela Universidade Franciscana (UFN). Mestre em Ensino de Humanidades e Linguagens (MEHL) pela Universidade Franciscana (UFN). Santa Maria, RS, Brasil. E-mail: nathaliasaidellescunha@yahoo.com.br

³ Doutora em Comunicação Midiática. Professora adjunta na Universidade Franciscana, no curso de Publicidade e Propaganda e no Programa de Pós-Graduação em Ensino de Humanidades e Linguagens na Universidade Franciscana. Santa Maria, RS, Brasil. E-mail: taisghisleni@yahoo.com.br



MEDIA LITERACY IN PRACTICE: DISCOVERIES FROM CLASSROOM INTERACTION

Abstract

This article presents an experience report developed in the Digital Culture course offered to the Advertising program at a higher education institution. The objective is to analyze a practical activity focused on media literacy, aimed at discussing essential concepts for the critical reading of information in digital environments. The proposal consisted of a pedagogical intervention carried out with nine students and organized into three main stages: an introductory lecture on media literacy notions, the application of an interactive game created on the Genially platform, and a collective discussion about the concepts addressed. Methodologically, the study is characterized as qualitative and descriptive, based on the report of the activity and on the participants' perceptions. The experience made it possible to identify that some concepts—such as curation, misinformation, and digital security—were partially known, whereas others—such as phishing and post-truth—showed lower familiarity among students. The activity also made it possible to observe the group's engagement and the potential of digital resources to support comprehension, interaction, and reflection on information consumption and production practices. As a contribution, the report highlights the relevance of integrating media literacy into communication training, especially in programs that directly engage with contemporary content circulation dynamics. The limitations of the study include the small number of participants and the punctual nature of the intervention. Future developments may involve expanding the activity to additional groups and educational contexts.

Keywords: Digital Literacy; Digital Culture; Teaching; Educational Practices

LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA EN LA PRÁCTICA:DESCUBRIMIENTOS A PARTIR DE LA INTERACCIÓN EN EL AULA

Resumem

Este artículo presenta un relato de experiencia desarrollado en la asignatura de Cultura Digital, ofrecida en el curso de Publicidad y Propaganda de una institución de educación superior. El objetivo es analizar una actividad práctica orientada a la educación mediática, en la cual se buscó problematizar conceptos esenciales para la lectura crítica de la información en entornos digitales. La propuesta consistió en una intervención pedagógica realizada con nueve estudiantes, organizada en tres etapas principales: exposición dialogada sobre nociones de educación mediática, aplicación de un juego interactivo elaborado en la plataforma Genially y discusión colectiva sobre los conceptos movilizados. Metodológicamente, se caracteriza como un enfoque cualitativo, de naturaleza



descriptiva, sustentado en el relato de la actividad y en las percepciones de los participantes. La experiencia permitió identificar que algunos conceptos, como curaduría, desinformación y seguridad digital, eran parcialmente conocidos, mientras que otros, como phishing y posverdad, mostraron menor familiaridad entre los estudiantes. La acción también posibilitó observar la participación del grupo y el potencial de los recursos digitales para favorecer la comprensión, la interacción y la reflexión sobre prácticas de consumo y producción de información. Como contribución, el relato evidencia la pertinencia de integrar la educación mediática en las formaciones en comunicación, especialmente en cursos que dialogan directamente con dinámicas contemporáneas de circulación de contenidos. Se reconoce como limitación el número reducido de participantes y el carácter puntual de la intervención, señalándose como posibilidad futura la ampliación de la actividad a otros grupos y contextos formativos.

Palabras clave: Alfabetización digital; Cultura Digital; Enseñanza; Prácticas educativas.

1. Introdução

Com a crescente midiatização e digitalização dos processos cotidianos emerge uma preocupação com as questões pertinentes à exposição e trato de informações. Neste contexto, a educação midiática, entendida por Ferrari, Machado e Ochs (2020, p. 26) como “o conjunto de habilidades para acessar, analisar, criar e participar de maneira crítica e reflexiva do ambiente informacional e midiático e todos os seus formatos – dos impressos aos digitais”, torna-se fundamental para capacitar indivíduos a navegarem de forma consciente e responsável no ambiente midiático contemporâneo.

Baseado em reflexões iniciadas durante o festival South by Southwest (SXSW)¹ e em tendências identificadas pelo Tech Trends 2024 do Future Trends Institute, podemos perceber a urgência de repensar a educação para preparar os jovens frente aos desafios contemporâneos. Segundo Ochs (2024), essa discussão inclui pensar sobre a multiplicidade de plataformas de consumo de notícias, a predominância de conteúdo visual e interativo, a influência dos algoritmos de personalização, a ampliação do letramento digital, a poluição do ambiente informacional e a capacidade de criação de conteúdo e engajamento. Além disso, também é importante ter empatia e escuta ativa nas interações digitais. Ochs (2024) ressalta a natureza dinâmica da educação midiática e a necessidade de adaptação contínua dos currículos para capacitar os indivíduos a enfrentarem os desafios do mundo digital de forma consciente, responsável e construtiva.

¹ O South by Southwest, mais conhecido como SXSW, acontece anualmente em março, em Austin, nos Estados Unidos e é considerado um dos maiores eventos de tecnologia, música, inovações e cultura do mundo, trazendo ainda, atrações de diferentes países.

Ressaltamos que a educação midiática não é uma questão de relevância restrita somente ao digital, como visto no conceito acima, todavia, a digitalização trouxe uma aceleração a essa preocupação, visto as possibilidades de contato e a forma como uma informação pode se proliferar mais rapidamente e para um número maior de indivíduos. Por isso, a educação midiática se torna extremamente necessária, de maneira a auxiliar na navegação das informações, estimular o pensamento crítico e permitir a autoexpressão dos indivíduos diante das mídias, sejam elas compostas pelos meios tradicionais (televisão e rádio, por exemplo) ou digitais.

A área da educação midiática estimula práticas de conscientização dos indivíduos quanto ao pensamento e autoexpressão desde a escola, embora não se restrinja a este ambiente. Todavia, entrelaçar atividades de educação midiática ao ensino escolar se mostra uma promissora forma de estimular práticas da área, permitindo aos alunos que entendam melhor o mundo e possam participar ativamente da sociedade (Ferrari, Machado, Ochs, 2020). Assim, conforme a idade e conteúdo escolar, é possível adaptar em sala de aula a abordagem da educação midiática, de maneira a ampliar o conhecimento e incentivar o pensamento crítico.

Deste modo, o objetivo deste trabalho é demonstrar através de um exemplo prático como a educação midiática pode ser debatida em sala de aula. Assim, serão abordados alguns dos conceitos que estão dentro da área de atuação do campo e como estas informações foram repassadas para estudantes em uma dinâmica em sala de aula. Portanto, a metodologia utilizada neste trabalho é o relato de experiência, caracterizado por detalhar o passo a passo de uma ação realizada e sua contribuição para a área da ação (Limberger, 2013).

2. A educação midiática no contexto educacional

Embora haja um equívoco em pensar no conceito de educação midiática como algo ligado exclusivamente ao contexto digital, os estudos sobre mídia e educação e a preocupação em preparar os alunos para um mundo midiático é algo que vem sendo debatido a muito tempo. Além disso, alguns educadores vêem a tecnologia com certo temor, todavia, sua presença no cotidiano não será excluída, por isso, Champagnatte (2016, p. 201) ressalta que “os meios de comunicação precisam estar dentro da escola, mas não só como instrumentos para uso instrumental e, sim, para inserir a educação nos complexos processos de comunicação da sociedade atual”.

Quando se trata especificamente dos meios digitais, Nagumo, Teles e Silva (2022, p. 225) consideram que a educação midiática é uma “ferramenta voltada para o entendimento do cenário midiático”, pontuando que a educação tem uma grande responsabilidade de formar cidadãos capazes de pensar de maneira crítica. Deste modo, podemos relacionar o campo da educação midiática com a quinta competência geral da Base Nacional Comum Curricular, documento norteador das práticas nacionais, descrita a seguir:

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 (Brasil, 2018, p. 9).

Assim, o campo da educação midiática se relaciona formalmente com o cotidiano escolar, auxiliando na preparação dos indivíduos para a sociedade. O conceito de educação midiática para Ferrari, Machado e Ochs (2020) é formado por três eixos, intitulados ler, escrever e participar, que se contribuem entre si nas tarefas cotidianas da educação midiática. O eixo ler corresponde a leitura crítica e curadoria informacional, analisando as informações recebidas e pesquisadas. O eixo escrever não se limita à escrita de texto, mas sim, se refere a questões de auto expressão por meio das mídias, utilizando-se de variadas linguagens (textual, sonora, imagética, por exemplo). Por fim, o eixo participar se relaciona com a conduta do indivíduo nas redes, de maneira a propagar um ambiente coletivo.

Jenkins (2006) aponta uma problemática na relação exposição ao conteúdo midiático e uso do letramento midiático. O autor coloca que consumir conteúdo não é o mesmo que refletir e absorver as informações, entre outras questões, de acordo com o ponto de vista da educação midiática. Desta forma, se faz necessário uma educação voltada para a compreensão dos estímulos midiáticos.

No ambiente informacional contemporâneo, as barreiras que anteriormente existiam no modelo de comunicação através dos meios tradicionais, em uma clássica dinâmica emissor-receptor não estão mais em voga. Nagumo, Teles e Silva (2022, p.222) colocam um cenário informacional em que está em vigor um "modelo de vários emissores, diminuindo os intermediários e com isso os filtros e a verificação". Deste modo, a educação midiática tem um importante papel na conscientização dos indivíduos sobre as diferentes naturezas informacionais existentes na Internet.

Segundo o SAE Digital (2024), as habilidades essenciais para a educação midiática incluem ler criticamente, escrever com responsabilidade e participar ativamente. Ler criticamente envolve dominar técnicas de busca e curadoria da informação, avaliar criticamente a intenção e a qualidade da informação encontrada, compreender o papel da mídia e o direito à comunicação, além de refletir sobre o que não foi dito. Os alunos devem realizar análises críticas de textos midiáticos, entender o papel da mídia na sociedade, identificar partidarismo e objetividade, compreender a produção e circulação de informações e lidar com a poluição informacional.

Escrever com responsabilidade é outra habilidade crucial, pois o acesso amplo às mídias permite que todos produzam e compartilhem conteúdos, o que requer habilidades para se expressar de forma assertiva e responsável. Os

estudantes precisam desenvolver habilidades de autoexpressão, como produção de mídia em diversas linguagens, uso adequado de imagens, dados, textos e áudio, adaptação de textos a diferentes formatos de mídia e prática de autorreflexão. A fluência digital também é essencial, permitindo o acesso a ferramentas digitais, trabalho colaborativo e gestão de projetos criativos (SAE Digital, 2024).

E participar ativamente é fundamental, utilizando a leitura e a escrita para uma participação crítica e responsável na sociedade, promovendo a cultura da informação verdadeira e construtiva e combatendo a desinformação e os discursos de ódio. Isso inclui mobilizar habilidades criativas e de resolução de problemas para atuar na sociedade, utilizando recursos de mídia para narrativas dedicadas a causas sociais, como jornalismo e campanhas de engajamento. A cidadania digital é também muito importante, envolvendo a utilização de recursos de mídia para autoexpressão e interação segura, responsável e consciente, combatendo desinformação, bullying e discurso de ódio, e mantendo uma dieta informacional equilibrada (SAE Digital, 2024). Essas competências são especialmente relevantes no contexto atual, onde a disseminação de *fake news* representa um grande desafio para a sociedade.

Esse tema tem ganhado destaque em razão da elevada circulação de conteúdos enganosos e dos efeitos produzidos pela desinformação e pelas *fake news* nos meios midiáticos. Embora muitas vezes empregados como sinônimos, os dois conceitos possuem diferenças específicas. A desinformação refere-se a informações falsas ou retiradas de contexto, mas que nem sempre são produzidas de forma intencional, podendo ser compartilhadas por equívoco ou desconhecimento (Ferrari; Machado; Ochs, 2020). As *fake news*, por sua vez, são elaboradas com intenção deliberada, geralmente associada à obtenção de visibilidade, benefícios políticos ou vantagens financeiras, buscando prejudicar indivíduos, grupos ou instituições (Gabriel, 2021). Assim, a principal distinção entre ambos os termos reside na intencionalidade de criação, ainda que, uma vez disseminadas, desinformação e *fake news* possam gerar impactos negativos semelhantes.

Outros fenômenos que também abrangem a área comunicacional são a bolha informacional e a pós-verdade. O conceito de bolha informacional se refere a "ambiente, especialmente online, em que as pessoas são expostas apenas a informações alinhadas às suas crenças e ideais, e em que trocam conteúdo só com quem tem opiniões semelhantes" (Ferrari; Machado; Ochs, 2020, p.100). Já a pós-verdade se trata de uma "situação em que fatos objetivos têm menos relevância na formação da opinião pública do que crenças pessoais ou narrativas que apelam para as emoções" (Ferrari; Machado; Ochs, 2020, p. 22). De certa forma, ambos os conceitos aqui apresentados se apoiam, com a bolha informacional confirmando de certa forma, a partir das trocas com indivíduos que pensam de maneira semelhante, às narrativas baseadas em crença que a pós-verdade cria. A isto soma-se a presença de um viés da confirmação, onde o ser humano presta atenção em informações que confirmam suas crenças, descartando aquelas que os contradizem.

Ainda, precisamos reconhecer no cenário digital que as informações dos indivíduos criam rastros digitais, que são usados pelos algoritmos nos indicadores de conteúdo (Ferrari; Machado; Ochs, 2020). Nesta navegação, existe um risco que cresce exponencialmente, visto a importância que os dados, sobretudo pessoais e que envolvem questões financeiras, é chamado atualmente de *phishing*. O termo deriva-se do inglês *fishing*, traduzido como pescar e é nomeado assim por literalmente ser uma tentativa de pesca de dados, onde a partir de mensagens ou formulários os golpistas buscam conseguir dados pessoais e senhas, causando assim danos enormes no moral e financeiro de suas vítimas (Ferrari; Machado; Ochs, 2020).

Com o reconhecimento de um cenário contemporâneo de *producers*, isto é, usuários de Internet que consomem e produzem conteúdo simultaneamente (Strutzel, 2015), existe uma grande produção de conteúdo memético, sendo que o meme se caracteriza pelo tom geralmente de humor e rápida proliferação, não necessariamente alcançando bolhas diversas. O meme é um conteúdo altamente ligado ao eixo escrever de Ferrari, Machado e Ochs (2020), pelas habilidades que um usuário utiliza na autoexpressão de sua ideia, usando assim o texto e a imagem. Todavia, embora normalmente haja confusão entre o que é meme e viral, o conteúdo chamado de viral atende normas específicas, sendo um conteúdo, de qualquer tipo, que tem um longo alcance e alcança grande repercussão. Ou seja, um meme pode se tornar viral, mas nem todo viral é um meme.

A partir do contexto aqui presente, podemos dizer que é necessário utilizar novas estratégias de aprendizado que busquem preparar os alunos para este cenário, levando em consideração que estes indivíduos já fazem parte deste contexto e têm contato com mídias fora do ambiente escolar. Essas estratégias devem incluir o desenvolvimento de um pensamento crítico mais apurado, a promoção da alfabetização midiática desde cedo e a integração de tecnologias educacionais que ajudem os educandos a navegarem e avaliar a informação de maneira eficaz. Além disso, é fundamental que os educadores se atualizem continuamente sobre as tendências e desafios da era digital, garantindo que o currículo escolar acompanhe as rápidas mudanças no consumo e na produção de mídia.

O objetivo é capacitar os estudantes a não serem apenas consumidores passivos de informação, mas sim participantes ativos e informados, capazes de discernir fatos de boatos e de contribuir positivamente para o ambiente informacional global. Nesse contexto, o conceito de aprendizagem é colocado por Anastasiou (2009, p. 75) como um "ato social, necessitando da mediação do outro como facilitador do processo". Deste modo, cabe ao professor utilizar estratégias de aprendizado em que possam ser explorados os "meios, modos, jeitos e formas de evidenciar o pensamento, respeitando as condições favoráveis para executar ou fazer algo" (Anastasiou, 2009, p. 70). Ao trabalhar com educação midiática, existem muitas possibilidades em que o educador pode acionar, pois, há uma abundância de conteúdo e formas possíveis de analisar estes materiais, utilizando exemplos cotidianos e abordagens lúdicas ao falar sobre o assunto.

3. Metodologia

Este trabalho utiliza uma abordagem qualitativa que Michel (2015) defende se tratar de uma pesquisa que se baseia na argumentação, na conexão e na relação entre os dados, uma vez que a verdade não é comprovada numericamente ou estatisticamente, mas sim por meio de uma análise detalhada. Os resultados são alcançados por meio da análise e interpretação dos dados coletados pelo pesquisador. A autora também enfatiza que "na pesquisa qualitativa, o pesquisador participa, compreende e interpreta" (Michel, 2015, p. 36).

Para atingir o objetivo deste trabalho de demonstrar a aplicação prática da educação midiática em sala de aula, optou-se pela metodologia do relato de experiência. Esta abordagem permite detalhar o passo a passo de uma atividade realizada, bem como discutir sua contribuição para a área de atuação, conforme sugerido por Limberger (2013).

De acordo com Limberger (2013), os relatos de experiência são textos que detalham precisamente uma experiência específica e podem oferecer contribuições significativas para o seu domínio de atuação. Eles consistem na descrição de um evento, seja bem-sucedido ou não, mas que seja útil para discussão, comunicação e formação da sociedade. Essa prática tem como objetivo principal expor as reflexões que a vivência proporcionou aquele que a experimentou, baseado em teorias.

A ação foi planejada e executada em uma turma de Publicidade e Propaganda na Universidade Franciscana em Santa Maria, RS, durante o segundo semestre de 2023. A escolha deste método buscou apresentar os conceitos teóricos da educação midiática e promover uma experiência prática e interativa para os estudantes.

O relato de experiência é importante pois é nele que encontramos a divulgação do conhecimento específico. Segundo Mussi (2021), o relato de experiência se trata do registro das práticas vivenciadas, tais experiências podem ser resultado de pesquisas, projetos de extensão, entre outros.

Inicialmente, foi feito o planejamento detalhado da atividade, definindo-se os objetivos alinhados aos conceitos e competências da educação midiática. Os recursos pedagógicos foram cuidadosamente escolhidos, incluindo a plataforma Genially para a criação do quiz interativo. Durante a execução, os conceitos de educação midiática foram introduzidos por meio de apresentações de slides, seguidas pela realização do jogo interativo. Esta atividade digital foi projetada para avaliar o entendimento dos alunos sobre os conceitos discutidos, bem como promover sua aplicação prática.

Durante a realização do quiz, foi realizado um monitoramento próximo da turma, oferecendo suporte sempre que necessário. Após a conclusão da ação, foi conduzida uma discussão em grupo para revisar as respostas, esclarecer dúvidas e promover o debate sobre os temas abordados. Os resultados do jogo interativo foram coletados e analisados para avaliar o entendimento dos alunos

e identificar áreas que necessitam de reforço ou revisão adicional. Além disso, houve uma reflexão sobre a eficácia da proposta em promover o pensamento crítico e a compreensão dos conceitos de educação midiática.

A combinação entre as apresentações de slides e atividade interativa ofereceu uma abordagem dinâmica para o ensino e aprendizagem dos conceitos abordados, visando preparar os estudantes para uma participação consciente e responsável na sociedade midiaticizada e digital.

4. Relato de experiência sobre a oficina Educação Midiática: revisando e conhecendo conceitos

A oficina foi realizada na turma de Cultura Digital, localizada na matriz curricular do segundo semestre do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Franciscana. A escolha de aplicar a oficina nessa turma foi realizada por sua ementa, que inclui nos assuntos trabalhados questões pertinentes aos princípios e usos de mídia social digital, teorias da cultura digital e produção e circulação das informações em rede. O fator de local na grade do curso também foi de grande importância, visto ser o começo da trajetória dos alunos com os conteúdos de mídia digital em sua dimensão conceitual, o que faz com que a revisão e levantamento de conceitos contribua significativamente com o conteúdo da formação.

Essa oficina foi idealizada como forma prática exigida pelo curso Programa de Certificação da Multiplicadores do Educamídia, que é um programa do Instituto Palavra Aberta, oferecido de maneira gratuita. O curso, realizado de forma online através de moodle e aulas síncronas, atendendo todo país, é dividido em duas partes. A primeira etapa é teórica, com encontros online e tarefas desenvolvidas e a segunda parte é prática, onde para conseguir o certificado de Multiplicador do projeto Educamídia foi exigido que fosse feita uma prática com os conhecimentos adquiridos no curso.

Desta forma, a oficina foi intitulada "Educação midiática: revisando e conhecendo conceitos" cujo objetivo geral era fazer conhecer e fixar conhecimentos sobre a Educação Midiática. A atividade foi realizada no dia 31 de outubro de 2023, na sala de aula da turma de Cultura digital. Estiveram presentes 9 alunos durante a aplicação da prática, sendo a turma composta por 13 participantes no total nesta oferta em específico, predominantemente no segundo semestre do curso.

Em primeiro lugar foi realizada uma apresentação da prática e dos conceitos de educação midiática, mediante apresentação oral com slides. A aula expositiva abrangeu os conceitos de letramento midiático, ambiente midiático e ambiente informacional, todos com subtópicos e exemplos imagéticos. Os quinze conceitos que apareceram na etapa de fixação foram abordados, de maneira a serem conhecidos pelos estudantes em suas definições.

No final da apresentação dos slides com conceitos, foi sugerido uma atividade interativa, intitulada de “Mídia Quiz: o desafio da Educação Midiática”, elaborado através da plataforma Genially, uma plataforma de criação de conteúdo com opções gratuitas e pagas. Como dispositivo de acesso, foi projetado o QR Code da página onde estava o acesso ao jogo, assim, os estudantes utilizaram seus smartphones para acessar o material, não se fazendo necessário o deslocamento a um laboratório de informática.

Figura 1- QR Code do recurso educacional “Mídia Quiz: o desafio da Educação Midiática”.



Fonte: Elaborado pelas autoras (2023).

Com o propósito de apresentar um conteúdo rigoroso e bem estruturado sobre educação midiática, foram utilizadas na elaboração deste jogo conceitos retirados do Glossário Educamídia, iniciativa que trabalha com o fomento de práticas de educação midiática e capacitação para docentes sobre o tema. Os termos escolhidos se relacionam principalmente às temáticas: elementos do ambiente midiático e trato informacional. As questões foram de múltipla escolha, sendo mostrada no jogo a definição de um conceito, na qual os alunos tinham que relacionar o nome deste conceito entre as três opções dadas. Os termos, opções e resposta podem ser conferidos no quadro abaixo:

Quadro 1- Conceitos abordados no jogo Mídia Quiz- o desafio da Educação midiática.

Definição	Opções	Resposta
1- Ambiente, especialmente online, em que as pessoas são expostas apenas a informações e opiniões que confirmam aquilo em que já acreditavam. É um viés	A. Rede social; B. Bolha informacional;	B) Bolha informacional

construído pelos algoritmos a partir de nossos hábitos e pesquisas na internet.	C. Comunidade.	
2- Ideia ou conceito que circula com rapidez pela internet, geralmente de forma visual e com tom de humor.	A. Sátira; B. Meme; C. Viral.	B) Meme
3- Conteúdo falso, impreciso, tendencioso, distorcido ou fora de contexto, criado de forma intencional ou não.	A. Fake news; B. Click-bait; C. Desinformação	C) Desinformação
4- Conjunto de habilidades para acessar, analisar, criar e participar de maneira crítica do ambiente informacional e midiático em todos os seus formatos -- dos impressos aos digitais --, como requisito fundamental para a formação do cidadão e para o fortalecimento da democracia.	A. Checagem de fatos; B. Cidadania digital; C. Educação midiática.	C) Educação midiática
5- Informação falsa produzida com a intenção de enganar.	A. Desinformação; B. Fake news; C. Click-bait.	B) Fake news
6- Tipo de armadilha ou fraude virtual, com o objetivo de "pescar" informações e dados pessoais importantes (como nomes de usuário e senhas) através de mensagens falsas.	A. Golpe; B. Click- bait; C. Phishing.	C) Phishing
7- Aquilo que é divulgado e compartilhado por muita gente e ganha ampla repercussão na internet.	A. Meme; B. Viral; C. Sátira.	B) Viral
8- Processo de seleção e organização de conteúdos. Funciona como uma espécie de "filtro" de qualidade aplicado sobre um conjunto muito extenso de opções.	A. Curadoria; B. Filtragem; C. Seleção.	A) Curadoria
9- Canais de comunicação de uma informação ou mensagem.	A. Rede social; B. Veículos;	C) Mídias

	C. Mídias.	
10- Situação em que fatos objetivos têm menos importância na formação da opinião pública do que crenças pessoais ou mensagens que apelam para a emoção.	A. Opinião; B. Pós-verdade; C. Viés de confirmação.	B) Pós-verdade
11- Conjunto de dados e informações registrados a cada clique nosso na internet. Informações sobre nosso perfil e preferências coletadas a partir de sites visitados, postagens em redes sociais, compartilhamentos, curtidas etc.	A. Algoritmo; B. Metadados; C. Rastro digital.	C) Rastro digital
12- Tendência a apreciar, lembrar e acreditar no que confirma nossas crenças ou ideias preestabelecidas em detrimento do que confronta nossos conceitos.	A. Viés da confirmação; B. Pós-verdade; C. Bolha informacional.	A) Viés da confirmação;
13- Sites ou aplicativos que permitem se conectar a uma rede de usuários, além de criar e compartilhar conteúdo em diversos formatos (fotos, vídeos, textos).	A. Rede social; B. Plataforma; C. Mídias.	A) Rede social
14- Método jornalístico para verificar se uma determinada informação é confiável.	A. Checagem de fatos; B. Curadoria; C. Conferência.	A) Checagem de fatos;
15- Forma de escrita e leitura não-linear, que permite acesso ilimitado a outros textos por meio de links.	A. Linkagem; B. Hipertexto; C. Navegação.	B) Hipertexto;

Fonte: Glossário da Educação Midiática, adaptado pelas autoras (2023).

Para auxiliar a fixação das nomenclaturas dos assuntos trabalhados, foram dadas opções, para que o aluno pudesse tentar responder mesmo que sem ter total certeza da resposta correta. Toda a atividade, entre exposição do tema e dinâmica de fixação levou de 40 a 50 minutos, tempo que foi previamente



combinado com o professor anteriormente, de forma que o planejamento inicial se manteve.

É importante ressaltar que durante a exposição teórica foi realizado um diálogo positivo entre as expositoras, o professor da disciplina e os estudantes, onde exemplos relacionados ao tema foram levantados, com o professor também ligando a exposição com conteúdos trabalhados anteriormente na sala de aula. Na conversa final com os estudantes, a proposta foi vista como positiva, por trazer de forma leve a teoria. Também foi concluído que os alunos de publicidade tinham contato ou noção com os conceitos apresentados, observando alguns de seus efeitos durante sua navegação na Internet, todavia, a nomenclatura de alguns termos lhes era desconhecida, sendo os dois mais citados *phishing* e pós-verdade. Já os termos mais conhecidos pela turma anteriormente foram *fake news*, redes sociais e desinformação.

A atividade foi avaliada como positiva pelos participantes e professor presentes na aplicação. Todo o exercício em questão foi pensado para ser utilizado no cotidiano escolar de maneira facilitada, de modo que a experiência possa ser adaptada e replicada em diversos níveis escolares. Um professor de escola pública, por exemplo, pode realizar a exposição e o questionário de forma adaptada à série escolar de seus alunos. Até mesmo a dinâmica do questionário pode ser alterada, com a escolha de outros conceitos, mais ligados ao conteúdo estudado, bem como o uso dos suportes. Neste caso, foi utilizado o auxílio de interfaces tecnológicas, como o projetor e os smartphones dos estudantes, mas a dinâmica pode ser adaptada para laboratórios de informática ou quadro e papel em sala de aula, a depender dos materiais que estiverem disponíveis para uso.

O presente relato suscita ideias de como debater educação midiática que pode ser utilizada em diferentes níveis de escolaridade e contexto. O aporte do curso do projeto Educamídia, do Instituto Palavra Aberta, propicia conhecimento sobre a área, não apenas ampliando o debate sobre este tema tão importante, mas trazendo recursos, como o Glossário, planos de aula e outras ferramentas de forma a auxiliar os educadores nesta empreitada. Durante esta etapa desta edição do curso inúmeras iniciativas foram realizadas em todo território nacional, não sendo este um caso isolado.

5. Considerações finais

A educação midiática é um tema importante a ser debatido e pode ser levado para a sala de aula de diversas formas. Neste trabalho, vimos um relato prático de como trabalhar conceitos pertinentes a esta área, sugerindo também adaptações que possam ser feitas para escolaridade e aparato de cada situação. Nesta realização, a ação foi bem recebida pelo professor titular e pelos alunos, reconhecida como positiva para a aquisição de conhecimento e consolidação dos conteúdos abordados.

É importante ressaltar que as práticas de educação midiática, mesmo que não adequadamente nomeadas, fazem parte da Base Nacional Comum



Curricular (BNCC), desta forma podendo ser exercidas em todos os níveis escolares, com a adaptação realizada para o nível escolar. O tema está ganhando relevância, como evidenciado pela realização da primeira Semana Brasileira de Educação Midiática que ocorreu de 23 a 27 de outubro de 2023. Embora a ação específica deste relato não tenha sido registrada neste evento, a relevância e debate sobre o tema estão ganhando espaço no contexto educacional.

Antecipamos uma mudança positiva no cenário educacional à medida que iniciativas micro e macro, apoiadas por programas como o Educamídia na criação de conteúdos educativos, continuam a ganhar espaço. A educação midiática prepara os estudantes para uma participação consciente na sociedade digital, e também promove o desenvolvimento de habilidades críticas e reflexivas essenciais para o século XXI.

Consideramos que esse trabalho contribui para o enriquecimento do ensino da educação midiática e incentiva outros educadores a explorarem e desenvolverem práticas inovadoras dentro desse campo emergente, proporcionando aos estudantes as ferramentas necessárias para se tornarem cidadãos informados e responsáveis na era digital.

REFERÊNCIAS

ANASTASIOU, Léa das Graças Camargo; ALVES, Leonir Pessate. **Processos de ensinagem na universidade**. 5. ed. Joinville: Univille, 2009.

BRASIL. Ministério da Educação. **Base Nacional Comum Curricular**. Brasília, 2018.

CHAMPANGNATTE, Dostoiowski Mariatt de Oliveira. Mediações, Mídia-Educação e Cotidiano Escolar In: VILAÇA, Márcio Luiz Corrêa; ARAUJO, Elaine Vasquez Ferreira de (org). **Tecnologia, Sociedade e Educação na Era Digital**. Duque de Caxias: UNIGRANRIO, 2016. Disponível em: www.pgcl.uenf.br/arquivos/tecnologia,sociedadeeeducacaonaeradigital_011120181554.pdf. Acesso em 21 mar. 2024.

EDUCAMÍDIA. **Glossário**. Disponível em: educamidia.org.br/glossario. Acesso em 21 mar. 2024.

FERRARI, Ana Claudia; MACHADO, Daniela; OCHS, Mariana. **Guia da educação midiática**. São Paulo: Instituto Palavra Aberta, 2020.

GABRIEL, Martha. **Você, eu e os robôs**. São Paulo: Atlas, 2021.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2006

LIMBERGER, Jane Beatriz. **Metodologias ativas de ensino-aprendizagem para educação farmacêutica**: um relato de experiência. Interface-



Comunicação, Saúde, Educação, v. 17, p. 969-975, 2013. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/icse/a/PFVrRFtRtnCYJR4SDW3vSTx/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 21 mar. 2024.

MICHEL, Maria Helena. **Metodologia e Pesquisa Científica em Ciências Sociais**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2015.

MUSSI, Ricardo Franklin de Freitas; FLORES, Fábio Fernandes; ALMEIDA, Claudio Bispo de. **Pressupostos para a elaboração de relato de experiência como conhecimento científico**. Revista práxis educacional, v. 17, n. 48, p. 60-77, 2021. Disponível em: http://educa.fcc.org.br/scielo.php?pid=S2178-26792021000500060&script=sci_arttext. Acesso em: 21 mar. 2024.

NAGUMO, Estevon; TELES, Lúcio França; SILVA, Lucélia de Almeida. **Educação e desinformação: letramento midiático, ciência e diálogo**. Revista EDT-Educação Temática Digital, v. 24, n. 1, p. 220-237, 2022.

OCHS, Mariana. **O que as tendências para o futuro indicam sobre a educação midiática**. Folha de São Paulo, 21/03/2024. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/educacao/2024/03/o-que-as-tendencias-para-o-futuro-indicam-sobre-a-educacao-midiatica.shtml> Acesso em: 19 abr. 2024.

SAE, Digital. **Educação midiática na BNCC e na escola**. Disponível em: <https://sae.digital/educacao-midiatica/>. Acesso em: 22 maio 2024.

STRUTZEL, Tércio. **Presença digital**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2015.

UNIVERSIDADE FRANCISCANA. **Publicidade e Propaganda**. Matriz Curricular. Disponível em: <https://www.ufn.edu.br/site/ensino/graduacao/publicidade-e-propaganda>. Acesso em 13 abr. 2024.

Recebido em: 01 de março de 2025.
Aceito em: 21 de novembro de 2025.
Publicado em: 12 de dezembro de 2025.