

Educação midiática na prática: o desafio da avaliação de impacto

Marco Britto

Jornalista, pesquisador do Observatório da Ética Jornalística da Universidade Federal de Santa Catarina (objETHOS/UFSC) e mestrando do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PPGJOR) da mesma instituição.

E-mail: marcobritto@gmail.com

Samuel Pantoja Lima

Jornalista, docente do Departamento e do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFSC. É pesquisador do objETHOS e do Laboratório de Sociologia do Trabalho (Lastro), ambos também da UFSC.

E-mail: samuel.lima@ufsc.br

Resumo: Este artigo examina pesquisas e materiais institucionais do Brasil, Estados Unidos e Reino Unido, principalmente, que abordam a avaliação em iniciativas de educação midiática. Essa área do conhecimento cresce em reconhecimento, porém, há consenso de que dados que comprovam a eficácia desse tipo de abordagem educativa são escassos. Alguns desafios são colocados acerca do tema, como a sistematização de métodos de avaliação e a dificuldade dos projetos em manter contato com os alunos impactados. O artigo destaca ainda grupos de pesquisa que vêm se estabelecendo, com métodos que podem servir de modelo para avaliar iniciativas de educação midiática, inclusive com participação do Brasil.

Palavras-chave: educação midiática; letramento midiático; educomunicação; fake news; métodos de avaliação.

Abstract: The article examines research and institutional content from Brazil, the United States, and the United Kingdom, mainly, that address the evaluation of media education initiatives. This area of knowledge is growing in recognition, but there is a consensus that data proving the effectiveness of this type of educational approach are scarce. Some challenges are raised regarding the topic, such as the systematization of evaluation methods and the difficulty of projects in maintaining contact with the students impacted. The article also highlights research groups with methods that can serve as a model for evaluating media education initiatives, including Brazilian examples.

Keywords: media education; media literacy; fake news; assessment; evaluation methods; educommunication.

Recebido: 05/08/2024

Aprovado: 02/10/2024

1. INTRODUÇÃO

1.1 A crise de informação do século 21

A desinformação não é um fenômeno novo, mas se agravou sensivelmente com a atual crise de confiança nas instituições epistêmicas – fenômeno que transcende as fronteiras da comunicação e do jornalismo. O ruído na comunicação é amplificado em grande velocidade, dada a extrema ramificação do mundo digital e suas redes sociais online, de alcance instantâneo e global incidindo sobre a sociabilidade. A rede da desinformação é, de modo geral, disseminada usando os serviços de um oligopólio privado digital: as chamadas *big techs* ou plataformas digitais. É alimentada também, com intensidade, pelo uso da mentira por parte de governantes que adotam a estratégia de ataques sistemáticos à mídia¹ e aos sistemas de saúde, eleitoral e judiciário. Chegamos ao final do primeiro quarto do século 21 sob impacto desse fenômeno global de manipulação intensiva da opinião individual e pública. Nesse contexto, a desinformação como forma de discurso abala estruturas antes consideradas sólidas em democracias liberais seculares.

A posse do discurso verdadeiro não é um assunto pacífico como outrora, e permanece um cabo de guerra municiado pelas tecnologias usadas em aplicações maléficas, como imagens manipuladas com habilidade espantosa² apoiada em recursos de inteligência artificial, as chamadas *deep fakes*. Ainda que tenha sido destacada inicialmente em sua aplicação no campo político, hoje a desinformação, de forma intencional ou mesmo desproposital, é algo que faz parte do dia a dia da internet, seja em conversas sobre saúde, notícias locais ou mesmo em interações com pessoas próximas.

A relação com as mídias digitais envolve ainda a produção e o consumo de informação por parte dos usuários; a possível exposição de dados e outras questões relacionadas à privacidade; a interação com conteúdos publicitários veiculados de maneira dissimulada, entre outros tópicos que compõem a vida digital de cada cidadão, que nem sempre está ciente da qualidade das informações que consome ou produz, ou ainda de direitos e deveres no mundo cibernetico.

Analizando a relação das pessoas com as mídias, levando em conta o fenômeno da desinformação e além, a educação midiática se oferece como um conjunto de estratégias para promover o desenvolvimento de competências em crianças, adolescentes, adultos e pessoas idosas para compreensão, análise, engajamento e produção crítica em diferentes canais de mídia digital e da informação, de forma criativa, saudável, consciente e cidadã³.

1.2 Não existe “bala de prata”

A condição atual de excesso de conteúdo acessado pelos cidadãos em suas atividades digitais já foi classificada como “transtorno da informação” em documento publicado pelo Conselho da Europa⁴. Buscar apaziguar corações

1. SANDOVAL, Pablo Ximénez de. Mais de 300 jornais dos EUA denunciam ataques de Trump à imprensa. *El País Brasil*, São Paulo, 16 ago. 2018. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/08/16/internacional/1534372912_541356.html. Acesso em: 3 dez. 2024.

2. AGÊNCIA O GLOBO. Deep fake com Taylor Swift reacende temor sobre explosão de conteúdos nocivos ou prejudiciais gerados por IA. *Época Negócios*, Rio de Janeiro, 3 fev. 2024. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/inteligencia-artificial/noticia/2024/02/deep-fake-com-taylor-swift-reacende-temor-sobre-explosao-de-conteudos-nocivos-ou-prejudiciais-gerados-por-ia.ghtml>. Acesso em: 6 fev. 2024.

3. BRASIL. Secretaria de Comunicação Social. *Estratégia Brasileira de Educação Midiática*. Brasília, DF: Coordenação-Geral de Educação Midiática, 2023. Disponível em: [https://www.gov.br/secom/pt-br/assuntos/noticias/2023/10/estrategia-brasileira-de-educacao-midiatica/apresenta-as-politicas-publicas-voltadas-para-a-populacao/2023_secom-sp_digi_estrategia-brasileira-de-educacao-midiatica.pdf](https://www.gov.br/secom/pt-br/assuntos/noticias/2023/10/estrategia-brasileira-de-educacao-midiatica-apresenta-as-politicas-publicas-voltadas-para-a-populacao/2023_secom-sp_digi_estrategia-brasileira-de-educacao-midiatica.pdf). Acesso em: 7 ago. 2024. p. 4.

4 WARDLE, Claire; DERA-KHSHAN, Hossein. *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Conselho da Europa, Estrasburgo (França), 2017. Disponível em: <https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>. Acesso em: 14 set. 2024.

e mentes, fornecendo ferramentas para que cidadãos possam navegar entre conflitos de vieses, teorias da conspiração e golpes online, são iniciativas no escopo da educação midiática. Buckingham⁵ analisa a abordagem da educação midiática no momento atual como uma necessidade de ampliar a visão sobre informação e mídias de uma perspectiva educacional.

Dada a imersão em informações diárias online a que estão sujeitos dois terços do mundo – a parcela conectada à internet –, jamais haverá checadores suficientes para desmentir boatos ou corrigir notícias enganosas, a não ser que a própria audiência passe a estar capacitada para fazer tal checagem. Porém, como coloca Buckingham, não se trata de simples treinamento com os estudantes, uma vez que as tecnologias evoluem mais rápido que as cartilhas. O ensino do pensamento crítico, reflexivo, que questiona e avalia a informação antes de compartilhá-la se coloca como abordagem a ser considerada como estratégia que contemple todas as dimensões da educação, da pré-escola à pós-graduação.

“Não existe uma bala de prata para os desafios da vida digital. Por isso acreditamos na colaboração, em que todos tenham as habilidades necessárias para navegar por essa situação”, afirmou a diretora da National Association for Media Literacy Education (NAMLE), Michelle Lipkin, durante o 1º Encontro Internacional de Educação Midiática, em São Paulo, em 2023. A associação é referência em educação midiática nos Estados Unidos da América (EUA) e trabalha no campo desde 1997. Hoje, a NAMLE mantém uma rede de projetos que vão desde a educação infantil ao ensino universitário, capacitação de professores e multiplicadores, com 8 mil membros e mais de 300 mil educadores impactados⁶.

Apesar do prestígio crescente, sendo incorporada a políticas públicas em diferentes países, inclusive no Brasil, a educação midiática possui pontos deficientes. Entre os esforços de pesquisa atuais, está o de gerar dados sobre a eficácia de iniciativas educacionais nessa área de pesquisa, um “calcanhar de Aquiles” frequentemente citado em estudos sobre o tema⁷. Entre argumentos comuns, aponta-se que essa área de conhecimento carece de verificação científica, aprimoramento e padronização no que diz respeito à avaliação de impacto.

2. O DESAFIO DA AVALIAÇÃO

2.1 Um campo disperso

Na sua *Estratégia de Letramento Midiático Online*⁸, publicada em 2021, o Departamento de Digital, Cultura, Mídia e Esporte do Reino Unido, órgão equivalente a um ministério no Brasil, identificou a falta de uma avaliação robusta no setor como um dos seis desafios a serem abordados a fim de melhorar os resultados da alfabetização midiática para os usuários britânicos.

Como forma de planejar uma abordagem de avaliação em projetos de educação midiática, o Ofcom, órgão que cumpre papel regulador em relação às mídias no Reino Unido, sugere que a avaliação deve constar em qualquer iniciativa já desde seu planejamento, envolvendo o maior número possível de

5. BUCKINGHAM, David. *The Media Education Manifesto*. Cambridge: Polity Press, 2019. p. 52-53.

6. ABOUT NAMLE. NAMLE, [S. I.], c2024. Disponível em: <https://namle.net/about/>. Acesso em: 9 fev. 2024.

7. BULGER, Monica; DAVISON, Patrick. *The Promises, Challenges and Future of Media Literacy*. Nova York: Data & Society Research Institute, 2018. Disponível em: <https://datasociety.net/library/the-promises-challenges-and-futures-of-media-literacy/>. Acesso em: 7 ago. 2024.

8. REINO UNIDO. Department for Digital, Culture, Media and Sport. *Online Safety: Media Literacy Strategy. Mapping Exercise and Literature Review – Phase 2 Report*. Poole: The Centre for Excellence in Media Practice, 2021. Disponível em: https://assets.publishing.service.gov.uk/media/611293b-2d3bf7f044143209f/2021-02-25_DCMS_Media_Literacy_Phase_2_Final_Report_ACCESSIBLE_v2.pdf. Acesso em: 7 ago. 2024.

atores ligados ao projeto⁹. A crítica ocorre por haver diversos projetos, como oficinas e treinamentos, que ignoram a necessidade de aplicar testes nos alunos.

O relatório *Rapid Evidence Assessment on Online Misinformation and Media Literacy*, produzido na London School of Economics and Political Science (LSE), um trabalho patrocinado pelo Ofcom, analisou 201 publicações revisadas por pares sobre educação midiática, além de 11 entrevistas com especialistas, na tentativa de medir a eficácia de iniciativas educativas como uma alternativa para prevenir a disseminação de desinformação na sociedade.

No trabalho, que considerou apenas publicações na língua inglesa, há comentários sobre a lacuna a respeito de avaliações:

Os resultados mostraram que a avaliação robusta das intervenções curriculares de letramento midiático não é comum. Foi feita ainda uma avaliação da eficácia das intervenções não curriculares. No entanto, as conclusões de ambos tipos de pesquisa fornecem informações importantes sobre como abordagens direcionadas e baseadas em evidências para lidar com a desinformação através da melhoria do letramento midiático podem ser desenvolvidas, com base nas políticas existentes e iniciativas da indústria [de comunicação], promovendo o empoderamento e a capacitação do público¹⁰.

Os pesquisadores citam a falta de trabalhos acadêmicos que tratam de situações da “vida real”, mostrando efeitos da exposição ao conteúdo de educação midiática, sejam de curto ou longo prazo. Além disso, as abordagens de leitura crítica da mídia, estratégias de avaliação de conteúdo e um entendimento sobre o funcionamento da imprensa são apontadas como eficazes. O uso de *games* também aparece como ferramenta potencialmente útil em iniciativas de letramento midiático¹¹.

Uma das recomendações da pesquisa é justamente a elaboração de um quadro unificado para avaliação da educação midiática. O objetivo é que os impactos do conteúdo proposto por essa área de pesquisa sobre as competências dos estudantes para lidar com a desinformação possam ser comparados entre contextos diferentes, e um conjunto de resultados comparáveis possa ser construído¹².

Nos Estados Unidos, os pesquisadores Monica Bulger e Patrick Davison, do Data & Society Research Institute¹³, publicaram em 2018 um trabalho sobre o desenvolvimento da educação midiática no país. Na análise, já era apontada a necessidade de construir um arcabouço comum para métodos de avaliação em iniciativas de letramento midiático.

A pesquisa da dupla reforça a alfabetização midiática como *centro de gravidade* para o combate às notícias falsas, uma vez que a educação midiática é tradicionalmente concebida como um processo ou conjunto de habilidades baseadas no pensamento crítico. Na avaliação de Bulger e Davison, iniciativas com o público jovem, pais e professores norte-americanos demonstraram resultados positivos, particularmente no caso de respostas rápidas a notícias de última hora, conectando o pensamento crítico com a mudança de comportamento e avaliando conteúdo.

9. REINO UNIDO. Ofcom. *Children and Parents: Media Use and Attitudes*. Londres: Ofcom, 2023. Disponível em: <https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/media-literacy-research/childrens-children-and-parents-media-use-and-attitudes-report-2023>. Acesso em: 7 ago. 2024. Tradução nossa.

10. EDWARDS, Lee et al. *Rapid Evidence Assessment on Online Misinformation and Media Literacy*: Final Report for Ofcom. Londres: London School of Economics and Political Science, 2021. Disponível em: <https://www.lse.ac.uk/business-consulting/reports/rapid-evidence-assessment-on-online-misinformation-and-media-literacy>. Acesso em: 7 ago. 2024. p. 4. Tradução nossa.

11. Ibidem.

12. Ibidem, p. 5.

13. ABOUT US. Data & Society, [S. l.], c2024. Disponível em: <https://datasociety.net/about/>. Acesso em: 27 fev. 2024. O Data & Society é Think Tank sem fins lucrativos fundado a partir de uma doação da Microsoft, em 2014, e hoje possui diversos patrocinadores.

Este é um momento para identificar o que é conhecido e desconhecido sobre o campo e onde estão as lacunas. Com o aumento da investigação e da discussão, há uma dinâmica em torno da compreensão da razão pela qual a educação midiática pode falhar e como o ambiente circundante contribui para uma prática bem-sucedida de alfabetização midiática. É também o momento de desenvolver uma base de evidências rigorosa para mostrar a eficácia da educação para o letramento midiático na preparação dos jovens para os ambientes midiáticos em mudança. É necessária uma base sólida de evidências para demonstrar o valor da educação midiática para atrair futuros recursos e apoio político¹⁴.

Segundo os autores, há uma dispersão nos métodos de avaliação de iniciativas de alfabetização para o uso e a produção de conteúdo para as mídias digitais, principalmente devido à natureza transversal da educação midiática, que pode percorrer diversas disciplinas do currículo escolar.

Em seu relatório de 2024 sobre o estado da educação midiática nos Estados Unidos, a NAMLE lembra que, na edição de 2019, a questão de “desenvolver uma imagem mais clara de como as práticas são implementadas e avaliadas em salas de aula e outros ambientes”¹⁵ se mantinha como um dos tópicos mais importantes a serem endereçados no desenvolvimento dessa área de pesquisa. Outra observação, ainda em 2019, foi sobre a necessidade de a associação disponibilizar atividades de avaliação em seu portal, bem como uma definição de pedagogia, a serem avaliadas anualmente pela instituição.

A associação nota, em seu relatório de 2024, esforços para a avaliação das iniciativas educacionais nos EUA. O estado de Nova York, entre outros no país, desenvolve projetos com educadores e líderes escolares para identificar hábitos, habilidades e conhecimentos adquiridos através de educação midiática, o que denota um avanço na questão de avaliação e construção de padrões de ensino. Contudo, o fato de a associação citar nominalmente um estado apenas demonstra um espaço para o crescimento de iniciativas dessa natureza, uma vez que há oficialmente 19 estados com leis aprovadas sobre educação midiática¹⁶, e um total de 36 com iniciativas catalogadas pela NAMLE.

A fragmentação do campo coberto pelo guarda-chuva da educação midiática é abordada pela associação como uma barreira a ser transposta com a popularização constante do termo e do tema, formando e fortalecendo consensos sobre sua definição, aplicação e formas de avaliação. Segundo a NAMLE,

[...] encontrar pontos comuns sobre as melhores práticas para a educação midiática continua a ser um trabalho em progresso, e a amplitude e profundidade do conteúdo, habilidades e resultados de aprendizagem que exemplificam a educação para a alfabetização midiática significa que não todos os momentos de educação midiática são criados iguais. Alguns esforços [...] enfatizam a identificação de retóricas estratégicas em anúncios ou procuram o viés do autor em notícias, enquanto outros enfatizam monitorar o consumo de mídia individual ou engajamento. A educação para as mídias deve incluir essas habilidades e muito mais. “As interpretações variadas das competências de [alfabetização midiática] representam desafios na agregação de pesquisa sobre a eficácia de

14. BULGER, Monica; DAVIDSON, Patrick. *The Promises...* Op. cit. p. 13. Tradução nossa.

15. FROMM, Monica. *Snapshot 2024: The State of Media Literacy Education in the U.S.* Nova York: National Association for Media Literacy Education, 2024. Disponível em: <https://namle.org/state-of-media-literacy-report-2024/>. Acesso em: 7 ago. 2024. p. 3.

16. MCNEILL, Erin. *U.S. Media Literacy Policy Report 2022: A State-by-State Status of Media Literacy Education Laws for K-12 Schools.* Watertown: Media Literacy Now, 2023. Disponível em: <https://medialiteracynow.org/wp-content/uploads/2023/02/Media-LiteracyPolicyReport2022.pdf>. Acesso em: 7 ago. 2024.

intervenções educacionais” (Huget, 2019), então esforços contínuos para desenvolver compreensão da educação para a alfabetização midiática permanecem vitais¹⁷.

2.2 Diferenças na hora de avaliar

Um estudo da Universidade de Rhode Island, liderado pela professora Renee Hobbs, explica como foi formulada uma escala de avaliação para iniciativas de educação midiática. O panorama, especialmente do contexto norte-americano, é de que

[...] localmente, a educação midiática assume diferentes formas em diferentes escolas em diferentes contextos nacionais. Em algumas escolas, a prática é às vezes oferecida aos alunos como uma disciplina autônoma, especialmente no ensino médio. Em outros casos, está integrada em cursos de literatura e estudos de línguas, estudos sociais, ciências ou educação em saúde¹⁸.

Na área do estudo das notícias e do jornalismo, a pesquisa cita uma escala na qual estudantes universitários são solicitados a avaliar seu nível de concordância com afirmações como “O proprietário de uma empresa de mídia influencia o conteúdo que é produzido”, “As pessoas são influenciadas pelas notícias, quer elas percebam ou não”, ou “A primeira obrigação de um jornalista é para a verdade”. Contudo, os próprios pesquisadores reconhecem a limitação de medidas como essa, observando que alguns entrevistados podem ter reconhecido e oferecido as respostas esperadas ou consideradas moralmente certas¹⁹.

As tarefas de desempenho, aponta o artigo, mostram algumas das limitações das medidas de autoavaliação, porque exigem a demonstração de competências de letramento midiático através da conclusão de uma atividade. Em exemplo alinhado à atuação do Stanford History Education Group (SHEG), de Stanford, esses exercícios pedem que os alunos demonstrem suas habilidades de análise de mídia respondendo a textos em diferentes formatos e gêneros, incluindo reportagens de revistas impressas, áudio/notícias de rádio e anúncios impressos²⁰.

No auge da chamada crise das notícias falsas americana, na sequência da eleição de Donald Trump como presidente, em 2016, a equipe de pesquisadores que compunha o SHEG criou uma série de tarefas de desempenho que avaliam o chamado raciocínio cívico (*civic reasoning*) online dos alunos – uma abordagem que enfatiza a capacidade de pesquisar, avaliar e verificar informações sociais e políticas online²¹. Nos testes com estudantes de ensino médio e universitários, eles descobriram que dificilmente algum dos estudantes alcançava padrões esperados de letramento na avaliação de afirmações, fontes e evidências online. O grupo original do SHEG se dissociou da universidade californiana e criou em 2024 o Digital Inquiry Group²², instituição independente.

Segundo observação do Media Education Lab, educadores valorizam as tarefas de desempenho porque elas podem ser aplicadas de forma flexível em resposta ao uso real dos textos de mídia pelos alunos, ferramentas e tecnologias,

17. FROMM, Monica. *Snapshot...* Op. cit. p. 12. Tradução nossa.

18. HOBBS, Renee et al. Measuring the implementation of media literacy statewide: a validation study. *Educational Media International*, Abingdon, v. 59, n. 3, p. 189-208, 2022. DOI: 10.1080/09523987.2022.2136083. p. 190. Tradução nossa.

19. ASHLEY, Seth; MAKSL, Adam; CRAFT, Stephanie. Developing a news media literacy scale. *Journalism & Mass Communication Educator*, v. 68, n. 1, p. 7-21, 2013. DOI: 10.1177/1077695812469802.

20. HOBBS, Renee; FROST, Richard. Measuring the acquisition of media literacy skills. *Reading Research Quarterly*, Hoboken, v. 38, n. 3, p. 330-354, 2011. DOI: 10.1598/rrq.38.3.2.

21. MCGREW, Sarah et al. Can students evaluate online sources? Learning from assessments of civic online reasoning. *Theory & Research in Social Education*, Abingdon, v. 46, n. 2, p. 165-193, 2018. DOI: 10.1080/00933104.2017.1416320.

22. DIGITAL INQUIRY GROUP. [S. l.], c2024. Disponível em: <https://inquirygroup.org/>. Acesso em: 16 maio 2024.

mas também podem exigir muito trabalho de correção e serem difíceis de usar com amostras grandes²³. Há exemplos, entretanto, de resultados subjetivos, porém relevantes. Estudos de caso de educação midiática revelam que a exposição a práticas instrucionais torna altamente provável a aquisição de competências de letramento midiático. Em estudo citado pelo Media Education Lab²⁴, alunos do ensino fundamental que foram ensinados a analisar criticamente anúncios publicitários melhoraram os conhecimentos sobre persuasão depois de apenas algumas horas de instrução em sala de aula²⁵.

O governo britânico, em mapeamento de 2021 sobre iniciativas de educação midiática e o impacto destas sobre os estudantes participantes no Reino Unido, procurou analisar também o estado da arte dessa área do conhecimento no país. O dossiê da segunda fase da estratégia britânica de educação midiática, focado em acertos e erros, analisou diversas iniciativas, desde pequenos projetos escolares a planos ligados a instituições, e destaca:

Avaliar o letramento midiático é uma área de investigação relativamente nova e atualmente não existe método padronizado de avaliação. É um “fenômeno multifacetado, observável, mas não diretamente mensurável”, o que tem sido um desafio para os acadêmicos envolvidos²⁶.

Na revisão de literatura feita em 2021 pelo Department for Digital, Culture, Media and Sport, a leitura sobre a questão de avaliação é similar às impressões norte-americanas. O que os britânicos detectaram em suas iniciativas educacionais também foi uma mistura de exercícios de autoavaliação e estudos observacionais. Segundo o mapeamento, os exames de autoavaliação são predominantes pela praticidade, permitindo apresentar um grande número de questões sobre um conjunto de habilidades dos estudantes em um tempo relativamente curto. Assim como na literatura norte-americana, para os britânicos as autoavaliações são consideradas menos robustas, pois os indivíduos muitas vezes superestimam suas próprias habilidades. O levantamento aponta ainda que tanto os métodos qualitativos como os quantitativos têm sido utilizados por vários acadêmicos para medir a alfabetização midiática. Um desafio, segundo o mapeamento do governo britânico, é refinar os indicadores.

2.3 Educação midiática no Brasil

O Brasil vive um momento histórico em relação à educação midiática, com a formulação da primeira estratégia nacional específica para o tema em 2023²⁷, uma iniciativa da Secretaria de Políticas Digitais, vinculada à Secretaria de Comunicação do Governo Federal. As diretrizes, que passam agora por uma nova fase de aprimoramento e debate público, ajudam a detalhar que tipo de ações os educadores brasileiros podem tomar em seus contextos de ensino, ao mesmo tempo em que esclarecem o conceito de educação midiática, novo para muitos, e sua importância na sociedade digital do século 21.

23. PTASZEK, Grzegorz. Media literacy outcomes measurement. In: HOBBS, Renee; MIHALIDIS, Paul (ed.), *The international encyclopedia of media literacy*. Hoboken: Wiley, 2019. p. 1-12. DOI: 10.1002/978118978238.ieml0103.

24. HOBBS, Renee et al. Measuring the implementation... Op. cit.

25. NELSON, Michelle R. Developing persuasion knowledge by teaching advertising literacy in primary school. *Journal of Advertising*, Abingdon, v. 45, n. 2, p. 169-182, 2016. DOI: 10.1080/00913367.2015.1107871.

26. REINO UNIDO. Department for Digital, Culture, Media and Sport. *Online Safety...* Op. cit.

27. BRASIL. Secretaria de Comunicação Social. *Estratégia...* Op. cit.

Esse documento, construído a partir de consultas públicas²⁸, ajuda a cristalizar uma discussão fomentada inicialmente pela Base Nacional Comum Curricular (BNCC), que já trazia desde 2017 diretrizes relacionadas às competências tocadas pela educação midiática.

O Brasil possui tradição quando o assunto é educação para as mídias. Isso porque o país é um dos terrenos onde o conceito de educomunicação foi fundamentado. Aqui, vale um parêntese em relação aos diferentes termos que convivem com a educação midiática, uma das razões pelas quais é difícil sistematizar dados em torno dessa área de conhecimento.

Como esclarece a Estratégia Brasileira de Educação Midiática, historicamente, a expressão educação midiática tem sido empregada ao lado de outros termos como educomunicação, mídia-educação, letramento midiático (*media literacy*, muito usado no âmbito EUA-Canadá e neste artigo traduzido como educação midiática ou letramento midiático) e alfabetização midiática. São termos complementares, com diversas intersecções entre si, e certamente com o mesmo objetivo: aprimorar no cidadão suas competências para um uso e consumo saudável das mídias, que hoje são quase que inteiramente digitais.

A educomunicação é reconhecida como uma linha de pensamento associada à América Latina, presente desde os anos 1980 nas experiências dos movimentos sociais, sindicatos e comunidades eclesiais de base que atuavam na interface comunicação/educação popular²⁹. Há, no conceito original de educomunicação, o impulso em usar as ferramentas da comunicação para a emancipação política do cidadão, que ganha voz ao compreender os mecanismos da imprensa e do cinema, por exemplo, e usá-los em iniciativas comunitárias.

A educação midiática em si tem proposta menos politizada e mais formatada como metodologia educacional, um meio (educação midiática) para chegar a um fim (letramento midiático). O método, celebrizado pelo exemplo da Finlândia³⁰, que insere essa área do conhecimento durante toda a carreira escolar, aposta no uso de camadas de conteúdo associadas ao conteúdo curricular tradicional. Ou seja, na proposta moderna de educação midiática, pode-se aprender português e discutir os sentidos das palavras em *posts* nas redes sociais; é possível discutir história e analisar exemplos de desinformação ou narrativa enviesada ocorridos em outras épocas; aprender estatísticas e entender como é possível que infográficos exibidos em reportagens possam distorcer a realidade dos números.

A iniciativa Educamídia, do Instituto Palavra Aberta, no Brasil, desenvolve desde 2019 um trabalho de referência na capacitação de professores e estudantes nas competências que levam ao letramento midiático, dentro dos eixos ler, escrever e participar, que contemplam atividades de desenvolvimento de habilidades de interpretação de texto, análise crítica de mídia, fluência digital, participação cívica e cidadania digital.

28. BRASIL. Secretaria de Comunicação Social. Consulta pública sobre Educação Midiática – texto de referência. **Secom**, Brasília, DF, 19 maio 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/participamaisbrasil/educação-midiatica>. Acesso em: 16 maio 2024.

29. BRASIL. Secretaria de Comunicação Social. **Estratégia...** Op. cit. p. 11.

30. MANDELLI, Mariana. O que a Finlândia pode nos ensinar sobre 'fake news'. **Educamídia**, São Paulo, 8 fev. 2020. Disponível em: <https://educamidia.org.br/o-que-a-finlandia-pode-nos-ensinar-sobre-fake-news/>. Acesso em: 16 maio 2024.

3. EDUCAÇÃO MIDIÁTICA NA PRÁTICA

3.1 Projeto objETHOS nas Escolas

Após a pesquisa das abordagens relatadas em relação à avaliação de iniciativas de educação midiática, este trabalho apresenta em seguida a utilização de um mix básico de técnicas aplicado no projeto objETHOS nas Escolas³¹, uma iniciativa de extensão do Observatório da Ética Jornalística (objETHOS), vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

Seguindo as recomendações britânicas, a avaliação nesse caso buscou associar competências de visão crítica e interpretação de texto, a partir de aulas expositivas e debates em sala, e também alguma aferição de nível técnico dos alunos, testando sua capacidade de discernir diferentes tipos de conteúdo no universo da imprensa digital. O público foi formado por alunos de primeiro e segundo ano do Ensino Médio, no primeiro semestre letivo de 2023, na rede pública de Florianópolis.

O projeto tem em seu escopo a educação midiática, embora seja concentrado na leitura crítica da mídia. Em encontros mensais, é discutida a cobertura da imprensa sobre determinado tema. O tópico das *fake news* é o único obrigatório, que abre a série de encontros, e nas oficinas seguintes são explorados assuntos de escolha dos alunos, como esporte e saúde mental, tópicos do primeiro semestre de 2023.

Os momentos expositivos das aulas são espaços para troca de impressões entre pesquisadores e alunos. O método usado foi o expositivo, com vídeos, apresentações sobre o assunto escolhido e, em uma oportunidade, uma videoconferência com um jornalista esportivo, que respondeu perguntas dos participantes. Nesse espaço do projeto, é possível explorar discussões que estimulam uma visão crítica sobre a cobertura jornalística, além de recolher dados sobre hábitos de consumo de conteúdo dos estudantes, que buscam informações predominantemente nas redes sociais, páginas de internet e televisão, segundo dados recolhidos pelo objETHOS.

Nessa metodologia, a partir de observação participante se pôde concluir que o engajamento é um desafio na prática puramente expositiva, com baixa participação nos debates subsequentes, resumindo-se a uma parcela cativa de alunos que participam, enquanto a maioria se omite.

Como crítica para otimizar esse ponto, caberia a estratégia de dar espaço à criatividade, com práticas em que os alunos pudessem criar conteúdos refletindo sobre as mídias, e assim suscitar *insights*, como destacado por Tripp e Herr-Stephenson³² dentro da análise do governo do Reino Unido. Contudo, no caso específico das escolas públicas de Florianópolis e região, essa ideia pode esbarrar na precariedade da infraestrutura (falta de laboratórios, escolas sem acesso à internet etc.).

31. OBJETHOS nas Escolas Públicas: educação e crítica em debate. **ObjETHOS**, Florianópolis, c2024. Disponível em: <https://objethos.wordpress.com/extensao-nas-escolas/>. Acesso em: 19 maio 2024.

32. TRIPP, Lisa M.; HERR-STEPHENSON, Rebecca. Making Access Meaningful: Latino Young People Using Digital Media at Home and at School. *Journal of Computer-Mediated Communication*, Oxônia, v. 14, n. 4, p. 1190-1207, 2009. DOI: 10.1111/j.1083-6101.2009.01486.x

Como prática direcionada de avaliação quantitativa, foi aplicado um exercício de interpretação de texto jornalístico em duas turmas. Analisando duas capas de portais de notícias, UOL e ND+, os alunos deveriam escolher as respostas que consideravam corretas em relação ao conteúdo destacado. Em ambos os casos, havia chamadas (título + foto) selecionadas em que os alunos deveriam classificar como a) notícia, b) propaganda/conteúdo patrocinado, ou c) opinião.

O objetivo do exercício, inspirado em avaliações do SHEG, foi checar o nível de percepção dos alunos em relação à linguagem jornalística, à edição do conteúdo em portais, e também demonstrar possíveis vulnerabilidades de interpretação que podem se replicar no consumo eventual de *fake news*.

No primeiro caso, na turma de primeiro ano, a principal dificuldade dos alunos foi diferenciar uma notícia em que uma autoridade opina *vs.* um conteúdo de opinião de autoria do jornalista (questões 1 e 2). Alunos identificaram sem maiores dificuldades o conteúdo patrocinado (*branded content*).

De um total de 19 alunos, quatro (21%) identificaram corretamente todas as chamadas dos diferentes tipos de conteúdo nas *homepages* apresentadas. De 133 questões, a turma acertou 91 e errou 42, uma média de 68% de acerto.

Já na turma de segundo ano, além da dúvida em relação à opinião de uma autoridade ser notícia e a opinião de um jornalista ser conteúdo opinativo, parte dos alunos confundiu uma notícia sobre cirurgia de mudança de sexo com conteúdo de opinião, o que pode sugerir que temas polêmicos, na visão deles, não sejam notícia, mas sim conteúdo opinativo (um debate que merece ser aprofundado).

De um total de 25 alunos, dois acertaram todas as questões de interpretação, um percentual de 8%. De 175 questões, a turma acertou 95 e errou 63, uma média de 54% de acerto.

Não há dúvida de que, para estabelecer uma avaliação robusta de impacto, mais interações e avaliações se fazem necessárias. O exame feito, contudo, indica alguns diagnósticos iniciais, como o baixo nível de letramento midiático, sendo que no primeiro caso 21% da turma acertou todas as questões do exame, enquanto no segundo apenas 8%.

3.2 Considerações sobre avaliação de impacto

Em seu curso de formação de multiplicadores, o Educamídia apresenta aos participantes o conceito de camada de educação midiática. A técnica de ensino faz parte do escopo de ferramentas para formular uma abordagem transversal visando ao letramento midiático e se incorpora às diversas disciplinas já existentes nos currículos das escolas, sem a necessidade da criação de uma disciplina de educação midiática.

A partir de um trabalho estruturado seguindo esse e outros preceitos da educação midiática, o Educamídia adota a rubrica como método de avaliação. Os componentes essenciais de uma boa rubrica, segundo o Educamídia, são:

descrição detalhada da tarefa ou objetivos da aprendizagem; aspectos da tarefa que serão avaliados; escala para descrever os diferentes níveis de desempenho possíveis; e descrição de cada um desses níveis.

O projeto Civic Online Reasoning (COR), da Universidade de Stanford, nos Estados Unidos, também usa a rubrica como método de avaliação para medir a competência dos alunos em educação midiática. O método consiste em classificar os alunos em três grupos, nos níveis iniciante, emergente e maestria, de acordo com sua compreensão do conteúdo apresentado nas intervenções.

Para a avaliação de impacto sobre os alunos participantes, o órgão britânico Ofcom estipula primeiramente o estabelecimento de uma base de comparação, medindo o conhecimento prévio dos alunos sobre educação midiática. Afirma:

A evidência básica é o ponto de partida contra o qual medir a mudança. Para um projeto de letramento midiático, este poderia ser o nível existente de conhecimento sobre um assunto ou o nível de habilidades existentes. Isto é normalmente aferido dos participantes antes do começo da intervenção educativa. Há também fontes externas de evidências que você pode usar. Tendo esse entendimento desde o início, considerando as evidências que você pretende medir, será útil quando você progredir através da avaliação³³.

Como métodos principais de avaliação de projetos, o Ofcom indica pesquisas e questionários com os participantes, alunos e educadores envolvidos e outros, a depender do tamanho do projeto, para captar fatos e números (considerados dados quantitativos), com perguntas colocadas de forma sistemática para que a comparação entre os entrevistados seja possível.

Perguntas abertas da pesquisa, nas quais os entrevistados são convidados a escrever respostas em suas próprias palavras, podem produzir resultados qualitativos úteis, afirma a instituição britânica. Os grupos de discussão também são citados como método para obtenção de dados sobre a eficácia do projeto.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A revisão de literatura sobre educação midiática demonstra a lacuna em relação a resultados de avaliação de impacto. De acordo com pesquisas da área desenvolvidas no plano internacional, há consenso dos efeitos positivos de iniciativas que buscam o letramento midiático, considerando a realidade da convivência de cidadãos com o mundo digital. Contudo, como argumenta a professora Monica Fantin, é necessário um trabalho de reconceitualização do processo de alfabetização digital para além da visão instrumental³⁴, pensando tanto na formação docente quanto na interação entre professor e aluno. Cursos de formação, como o exemplo do Educamídia, são um caminho para o aprimoramento e a popularização da inserção de camadas de educação midiática no conteúdo curricular das escolas brasileiras.

O desenvolvimento de pesquisa acadêmica que consiga mensurar o salto nas competências informacionais e digitais de estudantes expostos a conteúdos

33. REINO UNIDO. Ofcom. Children... Op. cit. Tradução nossa.

34. FANTIN, Monica. O Lugar da formação e mediação nas literacias e competências midiáticas de crianças e jovens estudantes. *Revista Tempos e Espaços em Educação*, São Cristóvão, v. 13, n. 32, p. 1-18, 2020. DOI: 10.20952/revtee.v13i32.14226

de educação midiática merece esforços e, dado o momento oportuno do tema no Brasil, será possível acompanhar praticamente desde o começo a formação de um novo currículo voltado para essa área de pesquisa no país.

Para isso, é crucial que pesquisadores estejam conscientes da necessidade de marcadores objetivos, quantificáveis e comparáveis. Mesmo a produção de dados qualitativos pode ser apoiada em padrões que facilitem uma sistematização. Quantificar o desempenho escolar é tema de debate perene, e no caso da educação midiática é também uma questão a ser enfrentada.

Ao mesmo tempo em que medir o impacto de iniciativas educacionais se mostra um desafio em diversos centros de conhecimento onde o tema é discutido, as técnicas disponibilizadas podem ser amplamente adaptadas a diferentes contextos nacionais. Nesse sentido, é bem-vindo o intercâmbio encampado pelo Governo Federal para a troca de conhecimentos com nações onde programas de letramento midiático já operam em fases adiantadas em relação ao contexto do Brasil, bem como iniciativas como o Encontro Internacional de Educação Midiática, realizado anualmente pelo Instituto Palavra Aberta.

Por fim, a aderência a um padrão brasileiro para avaliar iniciativas de educação midiática é fundamental, a partir das discussões da estratégia nacional e informações trazidas das iniciativas acadêmicas. Uma vez que o Educamídia apresenta material robusto para apoio de aulas, com exemplos de exercícios e métodos de correção, há um norte inicial que ajuda a unificar a pesquisa de educação midiática no país. É importante testar os modelos disponíveis, publicar dados e assim aperfeiçoar os métodos de aplicação e avaliação já existentes, evitando a dispersão documentada em outros países.

O modelo de rubrica, como as propostas citadas no Brasil e nos EUA, pode servir de apoio à avaliação de estudantes, assim como exames regulares de desempenho. Apesar de difundidos, esses métodos ainda podem ser aprimorados com a publicação consistente de pesquisas trazendo luz à questão do impacto da educação midiática.

Trata-se de um trabalho em desenvolvimento. Com disposição para colaboração, e também organização dos atores da sociedade ligados ao tema, essa área de pesquisa ganha corpo e consolida uma abordagem educacional fundamental para as democracias do século 21. A educação para as mídias deve ser encarada como uma prática que possibilita a leitura do mundo, que é “a competência das competências”, como dizia Paulo Freire³⁵.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABOUT NAMLE. **NAMLE**, [S. l.], c2024. Disponível em: <https://namle.net/about/>. Acesso em: 9 fev. 2024.

ABOUT US. **Data & Society**, [S. l.], c2024. Disponível em: <https://datasociety.net/about/>. Acesso em: 27 fev. 2024.

35. BRASIL. Secretaria de Comunicação Social. **Estratégia...** Op. cit. p. 10.

AGÊNCIA O GLOBO. Deep fake com Taylor Swift reacende temor sobre explosão de conteúdos nocivos ou prejudiciais gerados por IA. Época Negócios, Rio de Janeiro, 3 fev. 2024. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/inteligencia-artificial/noticia/2024/02/deep-fake-com-taylor-swift-reacende-temor-sobre-explosao-de-conteudos-nocivos-ou-prejudiciais-gerados-por-ia.ghtml>. Acesso em: 6 fev. 2024.

ASHLEY, Seth; MAKSL, Adam; CRAFT, Stephanie. Developing a news media literacy scale. **Journalism & Mass Communication Educator**, v. 68, n. 1, p. 7-21, 2013. DOI: 10.1177/1077695812469802.

BRASIL. Secretaria de Comunicação Social. Consulta pública sobre Educação Midiática – texto de referência. **Secom**, Brasília, DF, 19 maio 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/participamaisbrasil/educacao-midiatica>. Acesso em: 16 maio 2024.

BRASIL. Secretaria de Comunicação Social. **Estratégia Brasileira de Educação Midiática**. Brasília, DF: Coordenação-Geral de Educação Midiática, 2023. Disponível em: https://www.gov.br/secom/pt-br/assuntos/noticias/2023/10/estrategia-brasileira-de-educacao-midiatica-apresenta-as-politicas-publicas-voltadas-para-a-populacao/2023_secom-spdigistrategia-brasileira-de-educacao-midiatica.pdf. Acesso em: 7 ago. 2024.

BUCKINGHAM, David. Teaching Media in a ‘Post-Truth’ Age: Fake News, Media Bias and the Challenge for Media Literacy Education. **Cultura y Comunicación**, Buenos Aires, v. 31, n. 2, p. 213-231, 2019. DOI: 10.1080/11356405.2019.1603814.

BUCKINGHAM, David. **The Media Education Manifesto**. Cambridge: Polity Press, 2019.

BULGER, Monica; DAVISON, Patrick. **The Promises, Challenges and Future of Media Literacy**. Nova York: Data & Society Research Institute, 2018. Disponível em: <https://datasociety.net/library/the-promises-challenges-and-futures-of-media-literacy/>. Acesso em: 7 ago. 2024.

DIGITAL INQUIRY GROUP. [S. l.], c2024. Disponível em: <https://inquirygroup.org/>. Acesso em: 16 maio 2024.

EDWARDS, Lee et al. **Rapid Evidence Assessment on Online Misinformation and Media Literacy**: Final Report for Ofcom. Londres: London School of Economics and Political Science, 2021. Disponível em: <https://www.lse.ac.uk/business/consulting/reports/rapid-evidence-assessment-on-online-misinformation-and-media-literacy>. Acesso em: 7 ago. 2024.

FANTIN, Monica. O Lugar da formação e mediação nas literacias e competências midiáticas de crianças e jovens estudantes. **Revista Tempos e**

Espaços em Educação, São Cristóvão, v. 13, n. 32, p. 1-18, 2020. DOI: 10.20952/revtee.v13i32.14226

FROMM, Monica. **Snapshot 2024: The State of Media Literacy Education in the U.S.** Nova York: National Association for Media Literacy Education, 2024. Disponível em: <https://namle.org/state-of-media-literacy-report-2024/>. Acesso em: 7 ago. 2024.

HOBBS, Renee; FROST, Richard. Measuring the acquisition of media literacy skills. **Reading Research Quarterly**, Hoboken, v. 38, n. 3, p. 330-354, 2011. DOI: 10.1598/rrq.38.3.2.

HOBBS, Renee et al. Measuring the implementation of media literacy statewide: a validation study. **Educational Media International**, Abingdon, v. 59, n. 3, p. 189-208, 2022. DOI: 10.1080/09523987.2022.2136083.

HUGET, Alice et al. **Exploring Media Literacy Education as a Tool for Mitigating Truth Decay**. Santa Monica: RAND Corporation, 2019. Disponível em: https://www.rand.org/pubs/research_reports/RR3050.html. Acesso em: 7 ago. 2024.

MANDELLI, Mariana. O que a Finlândia pode nos ensinar sobre ‘fake news’. **Educamídia**, São Paulo, 8 fev. 2020. Disponível em: <https://educamidia.org.br/o-que-a-finlandia-pode-nos-ensinar-sobre-fake-news/>. Acesso em: 16 maio 2024.

MCGREW, Sarah et al. Can students evaluate online sources? Learning from assessments of civic online reasoning. **Theory & Research in Social Education**, Abingdon, v. 46, n. 2, p. 165-193, 2018. DOI: 10.1080/00933104.2017.1416320.

MCNEILL, Erin. **U.S. Media Literacy Policy Report 2022: A State-by-State Status of Media Literacy Education Laws for K-12 Schools**. Watertown: Media Literacy Now, 2023. Disponível em: <https://medialiteracynow.org/wp-content/uploads/2023/02/MediaLiteracyPolicyReport2022.pdf>. Acesso em: 7 ago. 2024.

NELSON, Michelle R. Developing persuasion knowledge by teaching advertising literacy in primary school. **Journal of Advertising**, Abingdon, v. 45, n. 2, p. 169-182, 2016. DOI: 10.1080/00913367.2015.1107871.

OBJETHOS nas Escolas Públicas: educação e crítica em debate. **ObjETHOS**, Florianópolis, c2024. Disponível em: <https://objethos.wordpress.com/extensao-nas-escolas/>. Acesso em: 19 maio 2024.

PTASZEK, Grzegorz. Media literacy outcomes measurement. In: HOBBS, Renee; MIHALIDIS, Paul (ed.), **The international encyclopedia of media literacy**. Hoboken: Wiley, 2019. p. 1-12. DOI: 10.1002/9781118978238.ieml0103.

REINO UNIDO. Department for Digital, Culture, Media and Sport. **Online Safety: Media Literacy Strategy. Mapping Exercise and Literature Review – Phase 2 Report**. Poole: The Centre for Excellence in Media Practice, 2021. Disponível em: <https://assets.publishing.service.gov.uk/media/611293b2d3>

bf7f044143209f/2021-02-25_DCMS_Media_Literacy_Phase_2_Final_Report_ACCESSIBLE_v2.pdf. Acesso em: 7 ago. 2024.

REINO UNIDO. Ofcom. **Children and Parents:** Media Use and Attitudes. Londres: Ofcom, 2023. Disponível em: <https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/media-literacy-research/childrens/children-and-parents-media-use-and-attitudes-report-2023>. Acesso em: 7 ago. 2024.

SANDOVAL, Pablo Ximénez de. Mais de 300 jornais dos EUA denunciam ataques de Trump à imprensa. **El País Brasil**, São Paulo, 16 ago. 2018. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/08/16/internacional/1534372912_541356.html. Acesso em: 3 dez. 2024.

TRIPP, Lisa M.; HERR-STEVENS, Rebecca. Making Access Meaningful: Latino Young People Using Digital Media at Home and at School. **Journal of Computer-Mediated Communication**, Oxônia, v. 14, n. 4, p. 1190-1207, 2009. DOI: 10.1111/j.1083-6101.2009.01486.x

WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H.. *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Estrasburgo (França): Conselho da Europa, 2017. Disponível em: <https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>. Acesso em: 14 set. 2024.