
Desafios na educação para a cidadania: uso e consumo de mídia na escola¹

Egle Müller SPINELLI²
Tânia Marcia Cezar HOFF³
Isabela Afonso PORTAS⁴
Letícia Franco CARO⁵
Sabrina GENERALI⁶

Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM, São Paulo, SP

RESUMO

Neste artigo, abordamos os desafios enfrentados pelos educadores do Ensino Fundamental e Médio para a promoção da cidadania digital no ambiente escolar, diante das transformações promovidas pela pandemia de Covid-19 e o retorno das atividades presenciais em sala de aula posteriormente ao período pandêmico. Tendo em vista que o acesso, a avaliação e a criação de conteúdos são competências essenciais para o exercício da cidadania (COULDRY, 2008; LIVINGSTONE, 2004; WILSON et al., 2013), para fomentar esta discussão, apresentamos os resultados da pesquisa longitudinal, realizada pela Cátedra Maria Aparecida Baccega anualmente (surveys e grupos focais), junto a professores do Ensino Básico. Quanto aos resultados, observamos a relevância da escola como agência promotora da competência crítica, aspecto fundamental para o exercício da cidadania inclusiva nas sociedades digitalizadas, e a urgência da formação continuada de educadores com foco nos processos de recepção e produção envolvidos no consumo de mídia.

PALAVRAS-CHAVE: Literacia midiática; Consumo Midiático; Cidadania Digital; Educação; Professores.

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Educação, evento do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

² Professora titular do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas do Consumo (PPGCOM-ESPM) e docente do curso de graduação em Jornalismo. Vice-coordenadora da Cátedra Maria Aparecida Baccega e líder do grupo de pesquisa Comunicação, Literacias Digitais e Consumo (DIGICOM). E-mail: egle.spinelli@espm.br

³ Professora titular do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas do Consumo (PPGCOM -ESPM). Coordenadora da Cátedra Maria Aparecida Baccega e líder do Grupo de Pesquisa, certificado pelo CNPq, Comunicação, Discursos e Biopolíticas do consumo (BIOCON). E-mail: thoff@espm.br

⁴ Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas do Consumo da ESPM-SP, bolsista CAPES/Prosup integral e integrante da Cátedra Maria Aparecida Baccega e do Grupo de Pesquisa Comunicação, Literacias Digitais e Consumo (DIGICOM). E-mail: isabelafonso1109@gmail.com

⁵ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas do Consumo da ESPM-SP, bolsista CAPES/Prosup taxas e integrante da Cátedra Maria Aparecida Baccega e do Grupo de Pesquisa Comunicação, Literacias Digitais e Consumo (DIGICOM). E-mail: leticiaf.caro@outlook.com

⁶ Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo (PPGCOM ESPM). Integrante da Cátedra Maria Aparecida Baccega. E-mail: sabrinagenerali@gmail.com

Introdução

Na sociedade contemporânea, caracterizada por fluxo comunicacional intenso, complexo e acelerado, é imprescindível que crianças e adolescentes tenham habilidades para analisar e produzir, de maneira crítica e consciente, conteúdos midiáticos no ambiente digital. Tais competências e habilidades são condição necessária para a formação cidadã, pois a cidadania “implica interação social e participação na vida da comunidade” (NEVES, 2010, p. 154).

García Canclini (2020, p. 49) aponta a existência de uma remodelação da cidadania que nos faz cidadãos da mídia, processo pelo qual relações humanas e práticas sociais se articulam com as mídias, resultando em alterações significativas nessas atividades. Neste contexto, a mídia, ao ocupar um lugar de destaque em diversos setores da vida cotidiana – pessoal, familiar, profissional, educacional –, promove a integração dos meios de comunicação com as práticas sociais.

A intensificação da mídia na vida cotidiana torna necessária a formação de uma cidadania digital (NEVES, 2010), representada pelo direito de acesso às ferramentas tecnológicas e conteúdos digitais; pelo respeito às normas de uso; pela capacidade de operar a tecnologia de forma correta; e pela capacidade de avaliar e produzir mídia. Este espaço para o exercício da cidadania nem sempre está disponível para todos, pela dificuldade de acesso aos dispositivos e plataformas digitais, pela falta de compreensão das lógicas de produção, consumo e circulação midiática nas redes, que impedem parte da população de participar, desenvolver competências e habilidades e interagir ativamente no ambiente digital. Acessar, avaliar e criar mídia são competências essenciais para exercer a cidadania digital no cenário atual da desinformação (COULDRY, 2008; LIVINGSTONE, 2004; WILSON *et. al.*, 2013). Couldry (2008) salienta a importância da observação do fluxo comunicacional, referente às representações e projeções estabelecidas pela mídia e a maneira como nos relacionamos com ela, da produção ao consumo e do consumo à produção.

Neste contexto, a Educação Básica brasileira, em especial os segmentos de ensino Fundamental e Médio, constitui uma instância decisiva para o ensino e aprendizagem das lógicas de produção e consumo dos processos comunicacionais. Segundo Citelli (2021, p. 19), “a educação, de maneira particular aquela de natureza formal, está circundada pelos dispositivos da comunicação e com eles mantém vínculos,

diálogos, tensões e interlocuções". Assim, os cidadãos devem ser educados para o desenvolvimento de competências midiáticas, o que pode ser assegurado pela promoção da alfabetização midiática na escola. Livingstone (2004) define a literacia midiática como a capacidade de acessar, analisar, avaliar e criar mensagens numa variedade de contextos, não apenas para se relacionar com a mídia, mas para se envolver com a sociedade através da mídia.

No Brasil, os campos da comunicação e educação são impactados pela Base Nacional Comum Curricular (BNCC), de 2017, documento normativo que orienta os currículos da Educação Básica, que inclui o desenvolvimento de competências ligadas à cultura digital e midiática, bem como a potencialização do uso de tecnologias da informação e comunicação (TICs) na escola, impulsionada pela pandemia da COVID-19. Deste modo, enfatiza-se a importância do desenvolvimento de pesquisas para mapear o uso de mídia pelos professores e sua aplicação em aula.

Neste artigo, são apresentados os principais achados da pesquisa longitudinal realizada, desde 2019 até o presente momento, pela Cátedra Maria Aparecida Baccega. A coleta de dados foi realizada por meio de questionário on-line (survey) e grupos focais junto a uma amostra pequena formada por professores e gestores do Ensino Básico de escolas públicas e privadas. A pesquisa mobiliza referencial teórico sobre educação midiática e cidadania digital com o intuito de verificar habilidades e competências para a produção e consumo midiático de professores dos ensinos Fundamental e Médio. Tem-se como objetivo geral refletir sobre as dificuldades e desafios enfrentados pelos educadores no período de 2019 a 2022, quando da intensificação do uso de mídia devido à pandemia do COVID-19, no trabalho com os meios em sala de aula, visando à formação consciente e crítica de alunos sobre o acesso, avaliação e criação midiática para o desenvolvimento de uma participação sociocultural ativa e eficaz na sociedade digitalizada. Tais aspectos referem-se à cidadania digital. São objetivos secundários: identificar em quais meios e com qual frequência se dá o consumo midiático dos professores da Educação Básica; verificar quais meios costumam utilizar nas salas de aula com seus alunos; levantar os maiores desafios que enfrentam ao utilizar mídia no processo pedagógico na escola; averiguar se os professores da Educação Básica recebem algum tipo de formação voltada à educação para os meios e se sentem essa necessidade.

Literacia midiática, consumo e escola para promoção da cidadania digital

O campo da comunicação, educação e consumo tem como objetivo capacitar os indivíduos a compreender o mundo mediado em que vivem, a fim de exercer a cidadania de forma mais abrangente. Conforme apontado por Baccega (2009), o desafio substancial na educação reside em empoderar os receptores com as ferramentas necessárias para reinterpretar essa realidade mediada a partir de sua bagagem cultural, capacitando-os a participar da construção de uma nova narrativa histórica.

Um caminho para capacitar os cidadãos a adotar uma perspectiva mais crítica é terem a habilidade de "se relacionarem e se colocarem no lugar da ocorrência dos processos midiáticos de forma consciente e competente" (SPINELLI, 2021, p.131). Isso pode ser viabilizado por meio da literacia midiática, que capacita os indivíduos a adquirir as competências necessárias para acessar, avaliar e criar informações em ambientes digitais interconectados. Ter essas habilidades têm se tornado essencial para viver em um ambiente midiático permeado pelo excesso de informações, com posicionamento analítico e consciente para saber articular as necessidades e intencionalidades de determinado conteúdo e estar ciente dos perigos da desinformação.

A literacia midiática atua com o propósito de estimular a mobilização e o estabelecimento de políticas essenciais, visando o progresso das habilidades e competências tecnológicas e informacionais necessárias para a promoção da educação cívica. Isso ocorre no contexto da participação e do respeito pelo cidadão digital, tanto em níveis locais quanto globais, pois o desafio vai além da mera participação e se estende à reflexão. Isso implica em transcender a abordagem meramente instrumental ou limitada ao âmbito técnico, e se voltar para a compreensão dos significados e das dimensões interacionais das informações, o que resulta em diversas formas de diálogo (OROZCO GÓMEZ, 2014).

Para atingir esse objetivo, é necessário discernimento, ou seja, ser capaz de realizar uma avaliação crítica sobre tópicos específicos, a fim de não ser conduzido pela tecnologia. Torna-se fundamental assumir o papel de um curador de informações, selecionando estrategicamente os fatos e avaliando tanto a sua precisão quanto sua relevância (CASEY et al., 2018).

A cidadania digital envolve um conjunto de saberes que promove a capacidade crítica e independência para que os indivíduos gerenciem “tecnologia e mídia digital de

maneira segura, responsável e ética” (PARK, 2019, p. 15), de maneira que tenham a capacidade de participar do ambiente online plenamente, com competências e habilidades para usar tecnologias digitais (LYNN, 2022). Para tanto, um cidadão digital precisa compreender questões culturais, sociais, normativas e legais para ser capaz de usar as tecnologias de informação e comunicação de forma inteligente, segura, ética, colaborativa e produtiva no ambiente digital (RIBBLE; BAILEY, 2007; CASEY ET AL., 2017).

Assim, busca-se impulsionar os processos educacionais, responsáveis pela implementação das competências que a envolvem (GOMES *et al.*, 2021), como: comportamento online seguro, ético e respeitoso; proteção e privacidade digital; acesso, avaliação e criação de conteúdos e tecnologias digitais, dentre outros.

Cidadãos digitais competentes são capazes de responder aos novos e cotidianos desafios relacionados à aprendizagem, trabalho, empregabilidade, lazer, inclusão e participação na sociedade, respeitando os direitos humanos e as diferenças interculturais. (RICHARDSON; MILOVIDOV, 2019, p. 12).

Promover a cidadania digital em todos os setores da vida cotidiana, como família, trabalho e comunidade implica no envolvimento ativo na construção de comunidades saudáveis pela condução e ensinamento de práticas e virtudes cívicas digitais para a constituição de cidadãos que saibam reivindicar e instaurar políticas para a construção do bem público social. A literacia midiática no âmbito educacional e social tende a sensibilizar educadores para a mobilização e a construção de políticas necessárias para o desenvolvimento de habilidades e competências para a educação cívica, notadamente a cidadania digital, nos âmbitos local e global.

Competências midiáticas na escola: uma análise do período pré, durante e pós-pandêmico

A partir de referencial teórico acima apresentado, refletimos acerca dos processos e do trabalho com a literacia midiática em escolas das redes pública e particular, com base nos resultados de pesquisa longitudinal realizada pela Cátedra Maria Aparecida Baccega junto a professores e coordenadores pedagógicos. Anualmente, são realizadas duas etapas de pesquisa: a primeira envolvendo metodologia quantitativa/survey e a segunda qualitativa/grupo focal.

A pesquisa foi iniciada no segundo semestre de 2019, poucos meses antes do início da pandemia da covid-19, o que nos possibilitou acompanhar um cenário de consumo midiático pré-pandêmico nas escolas. Nos anos subsequentes, acompanhamos o fechamento físico das instituições e as transformações das práticas educativas - que, em muitos casos, se respaldaram em plataformas midiáticas para alcançar seus estudantes - até a reabertura completa das escolas brasileiras, que se deu apenas no início de 2022⁷, ainda com cuidados sanitários para conter a disseminação do vírus, dando indícios de que o país (e o mundo) se adaptava e caminhava para o fim do cenário pandêmico.

Durante a realização dos levantamentos e análises, identificamos três desafios relativos à educação midiática no Brasil: 1) a desigualdade quanto ao acesso a dispositivos e à conectividade; 2) descompasso entre os conteúdos e as plataformas em que educadores e jovens consomem mídia; 3) falta de infraestrutura nas escolas que, muitas vezes, não oferecem conectividade a estudantes que também não têm acesso em casa (HOFF; SPINELLI; GENERALI; PORTAS, 2021a).

No Brasil, há escassas fontes de promoção de educação midiática fora do ensino básico formal. Ao mesmo tempo, é válido ressaltar que essa temática integra o desenvolvimento de algumas competências e habilidades previstas na Base Nacional Comum Curricular (BNCC), documento norteador para a elaboração dos currículos e planejamentos escolares, que abarca da Educação Infantil ao Ensino Médio.

Para além de seu caráter pedagógico, analisamos a escola também como “agência de socialização” (BACCEGA, 2009), na qual professores e estudantes, “sujeitos em [processo de] aprendizagem no contexto de uma comunidade” (AMPUDIA; DEODORO, 2021), interagem não apenas para a construção de conhecimentos, mas também para a formação cidadã de crianças e adolescentes, bem como para o desenvolvimento da consciência e da criticidade para ler o mundo, o que muitas vezes acontece por meio de publicações em redes sociais, sites de notícias, blogs, canais de televisão, rádios, publicidade disponíveis em diferentes formatos e plataformas, dentre outros.

⁷ Com políticas de reabertura das escolas geridas pelos estados e municípios, ao longo do ano de 2021 observou-se diferentes cenários: houve momentos de abertura e fechamento, algumas escolas operaram apenas com um volume parcial de estudantes, em regime de revezamento, outras com carga reduzida e ocorreram casos ainda de escolas que permitiram que as famílias dos estudantes se decidissem pelo ensino remoto ou presencial.

Assim, no espaço escolar, a educação midiática deve apresentar como um de seus eixos - transversal a todas as disciplinas - a "formação de um sujeito capaz de participar criticamente da sociedade" (BACCEGA, 2012, p. 252), seja em suas interações pessoais, seja em suas relações estritamente digitais, através de redes sócio-midiáticas.

Notas sobre 2019

Nas pesquisas realizadas em 2019, antes do início da pandemia, educadores já se revelavam consumidores assíduos de mídia para questões relativas aos interesses profissionais, "tanto para aproximar os alunos dos conteúdos programáticos como para desenvolver atividades didático-pedagógicas específicas" (HOFF, SPINELLI; GENERALI, 2019b, p. 5). Naquele momento, os educadores destacaram a prevalência do consumo de mídias pagas, como "assinatura de jornais e revistas digitais, TV paga e vídeos *on demand*" (HOFF, SPINELLI; GENERALI, 2019a, p. 16) para fins informativos e de entretenimento e "a preponderância do uso de recursos e plataformas educacionais ofertados pela própria escola ou por editoras" (HOFF et al., 2019a, p. 16). Apresentava-se, portanto, uma diferença significativa entre o consumo midiático pessoal e profissional dos educadores. Naquele momento, constatamos por meio de survey que 65% dos participantes da pesquisa já haviam passado por algum tipo de formação para educação midiática, em sua maioria, realizadas por conta própria, sem estímulo da instituição de ensino. Os outros 35% indicaram reconhecer sua importância.

Em 2019, quando o ensino básico era 100% presencial, pudemos observar por meio da fala de professores e coordenadores pedagógicos que, na prática, o consumo midiático na sala de aula se dava muito mais para aproximar os conteúdos dos estudantes, a partir do entendimento de que a "mídia faz parte do nosso cotidiano e precisa estar presente na sala de aula" (HOFF, SPINELLI; GENERALI, 2019c, p. 5). Também

demonstraram conhecimento de que a mídia, utilizada de maneira consciente e crítica, pode qualificar o processo de ensino-aprendizagem, visando a formação de alunos/cidadãos mais responsáveis pelos conteúdos que produzem e compartilham no ambiente digital. Por outro lado, consideram um desafio aplicar a teoria na prática, principalmente pela dificuldade dos estudantes na busca de informações, bem como na sua contextualização no cenário social, político, econômico e cultural mais amplo. (HOFF et al., 2019c, p. 6)

Para os educadores, a formação de cidadãos consumidores críticos de mídia depende não apenas de propostas escolares, mas também do engajamento familiar e "do

comprometimento da sociedade como um todo" (HOFF, SPINELLI; GENERALI 2019d, p. 5), o que ainda não era observado como ações generalizadas.

Notas sobre 2020

O ano letivo começou em 2020 sem qualquer preparação para a chegada do vírus que já se alastrava amplamente pela Ásia e Europa desde dezembro do ano anterior. Cerca de três meses após o anúncio dos primeiros casos da covid-19 na China, foi decretada pandemia no Brasil e, com isso, seguiu-se o fechamento de serviços, comércios e escolas.

Sem um preparo para uma completa transição de um modelo presencial para o remoto, após o fechamento das instituições, em um curto período de planejamento e formação de professores - que não ocorreu de maneira generalizada pelo país - passamos a observar uma diversidade de estratégias para manter as escolas operantes, variando conforme o perfil socioeconômico das famílias e a idade dos estudantes. O que se percebeu como estratégia comum em grande parte do país foi o uso de mídias e plataformas digitais (TV, rádio, redes sociais, aplicativos de mensagens e de videoconferência) como estratégia de alcance em um cenário de distanciamento social, em que nem todos dispunham de dispositivo ou conectividade (COSTIN, 2020, pp. 7-10).

No segundo semestre de 2020, quando aplicamos a segunda edição da survey e realizamos novos grupos focais, nos deparamos com professores muito mais engajados no uso de mídias com seus estudantes (em comparação ao ano anterior), já que 87% deles indicaram utilizar mídias com mais frequência. Entretanto, estavam exaustos e angustiados com o ritmo de consumo adotado em decorrência do distanciamento imposto.

Os meus dias são diante de uma tela de computador, o dia inteiro. [...] Eu estou consumindo de todos os lados: eu tenho um iPad só para responder famílias, eu tenho um celular para entrar no WhatsApp, assim como um computador para me comunicar com professores, coordenadores e diretores; o Zoom o tempo inteiro para fazer reunião, para fazer treinamento com os professores, às vezes até com famílias que não conseguem ter acesso ou que têm algum problema. Então, internet o tempo inteiro. [...] E o consumo de todo o tipo de mídia: notícias o tempo inteiro, vídeos o tempo inteiro, pesquisas, muitos grupos de WhatsApp com colegas de outras escolas que têm o mesmo tipo de função que a minha, muitos cursos on-line. [...] A gente fica, inclusive, numa angústia absurda, porque você quer dar conta de todas as coisas bacanas que estão acontecendo, todas as necessidades que você vai sentindo para você melhorar sua prática, [...] você sempre fica na expectativa e tenta consumir o máximo possível do que vem nas mídias. (HOFF, SPINELLI; GENERALI; PORTAS, 2020b, p. 3)

Além da reinvenção das práticas pedagógicas e do aumento de consumo midiático e de plataformas digitais, os educadores destacaram no grupo focal a imposição de outros desafios em decorrência das mudanças no ano de 2020 (HOFF, SPINELLI; GENERALI; PORTAS, 2020c): 1) falta de consciência crítica no consumo de mídia por parte dos estudantes, evidenciada pelo aumento do consumo; 2) dificuldade de professores e estudantes em lidar com a intensificação e amplificação dos fluxos de informação; 3) necessidade de desenvolvimento de projetos e iniciativas com foco em cidadania e ética digital por conta de casos de cyberbullying e infrações à privacidade de estudantes.

Por outro lado, observamos avanços quanto à formação de professores para o uso de mídias na sala de aula. Na segunda edição da survey, 85% dos participantes indicaram já ter passado por algum tipo de formação voltada à educação midiática (20% a mais da amostra em comparação à pesquisa anterior).

O mais relevante a destacar é que 38% apontaram que a formação foi promovida pela instituição devido à mudança para o ensino a distância durante a quarentena e 31% sinalizaram que a formação partiu do próprio interesse e foi realizada em cursos livres, custeados pelos próprios educadores. Outros 13% não passaram por uma formação específica, mas entendem ser algo importante para sua atuação profissional. (HOFF, SPINELLI; GENERALI; PORTAS, 2020a, p. 24)

Quando questionados se manteriam o uso de mídias com seus estudantes após o retorno presencial, em uma gradação de zero a dez, 89% dos participantes indicaram entre sete e dez, o que aponta para a possibilidade de mudanças nas estratégias pedagógicas, por meio da intensificação de metodologias como a de “sala de aula invertida”, por exemplo.

No ano de 2020, houve uma intensificação da discussão sobre a importância da educação midiática e informacional para o consumo midiático, seja no espaço escolar ou fora dele. Era necessário ainda tempo para manejar todas as mudanças.

Notas sobre 2021

A virada de 2020 para 2021 foi repleta de expectativas acerca da vacinação, que já ocorria há alguns meses nos Estados Unidos e em países da Europa. No Brasil, iniciou-se em janeiro com profissionais da área da saúde e idosos. Muitas escolas - principalmente particulares - decidiram por uma reabertura parcial, em regime de revezamento dos

estudantes, que foi intercalada com períodos de fechamento total com a volta dos picos de contaminação e morte pela covid-19. Em maio, professores receberam a vacina e a reabertura das escolas, ainda gradual, foi se generalizando pelo país. No segundo semestre de 2021 a vacinação chegou a adolescentes de 12 a 17 anos.

Dentre os educadores participantes do grupo focal de 2021, todos já haviam retomado atividades presenciais e, a maior parte deles, disse observar que, apesar de seguirem utilizando recursos eletrônicos e midiáticos em suas aulas, é perceptível a redução desse consumo, "ao mesmo tempo em que têm valorizado produções coletivas mais artesanais" (HOFF, SPINELLI; GENERALI; PORTAS, 2021b, p. 2).

No segundo ano de pandemia, quando os educadores tinham mais consciência em relação às suas próprias limitações, assim como em relação às limitações das escolas e dos estudantes em um cenário de ensino remoto, observamos uma significativa mudança - educadores e estudantes - quanto ao uso de softwares e aplicativos para produção de conteúdo, e particularmente dos estudantes em relação às formas como navegam por ambientes digitais e como consomem mídias. Indicaram ser perceptível, porém, que o domínio dos estudantes é muito maior em recursos para smartphones do que para computadores. Os relatos dos participantes do grupo focal demonstram que essa aptidão é utilizada mais para a produção de conteúdos de entretenimento (principalmente no TikTok e no Instagram) do que para conteúdos com finalidade pedagógica, que os estudantes passaram a demonstrar desinteresse após o primeiro ano de pandemia (HOFF et al., 2021b, p. 4).

Uma das educadoras apontou, em sua abordagem inicial, que, apesar de os alunos serem nativos digitais, eles não são alfabetizados digitalmente. Pode até parecer que eles têm conhecimento, por saberem usar as tecnologias com mais facilidade, no entanto, esse processo é muito parecido com a alfabetização do idioma materno, que acontece na dinâmica da vida cotidiana, de modo que eles sabem falar, mas não sabem ler nem escrever nessa língua. Conseqüentemente, todo esse trabalho de alfabetização teve de acontecer "um pouco na marra durante a pandemia" e segue acontecendo depois dela, pois os professores entrevistados reconhecem que o uso das tecnologias digitais deve ser instrumentalizado "como um aprendizado direcionado", uma vez que se "tem como pretensão pedagógica de construção de conhecimento". (HOFF, SPINELLI; GENERALI; PORTAS, 2021c, p. 2).

A survey realizada em 2021 apontou que 64% dos educadores ainda utilizavam mídias em suas aulas várias vezes na semana (HOFF, SPINELLI; GENERALI; PORTAS,

2021a, p. 16). Além disso, 48% dos participantes disseram que esse consumo manteve-se estável em comparação ao ano anterior (HOFF et al., 2021a, p. 17), quando as aulas ainda eram 100% remotas. Cabe salientar que, dentre os educadores participantes da survey, alguns ainda seguiam em atividades remotas.

Adicionalmente, em 2020 o desafio promoveu avanços: “97% dos participantes da survey apontaram que a necessidade imposta pela pandemia impulsionou o conhecimento e o domínio dos professores sobre o uso das mídias” (HOFF et al., 2021a, p. 24). E, quando questionados se manteriam o uso de mídias com seus estudantes após o retorno presencial, em uma gradação de zero a dez, “verificamos que mais de 90% dos(as) educadores(as) participantes da pesquisa responderam entre 7 e 10” (HOFF et al., 2021a, p. 26), percentual que se manteve estável em relação ao ano anterior. É válido destacar, diante de todos os achados citados, que, quando realizada a pesquisa, muitas escolas ainda atuavam na modalidade híbrida.

Vale ressaltar que, em 2021, 85% dos professores indicaram já terem passado por formação dedicada à educação midiática (HOFF et al., 2021a, p. 27), percentual que cresceu significativamente no primeiro ano de pandemia, mas que acabou se mantendo estável, mesmo com o prolongamento do ensino remoto ou híbrido no país.

Notas sobre 2022

Devido a volta da rotina presencial pós-pandemia, pudemos observar que o uso de mídia em sala de aula tem diminuído quando comparado às pesquisas anteriores, como comentamos acima, de 2020 e 2021. O número de educadores que utilizam as mídias várias vezes por semana caiu quase pela metade em relação a 2021, apresentando uma queda de 20% em relação a 2020. Ou seja, podemos observar que os professores têm utilizado as mídias com uma frequência semanal menor nas salas de aula, apesar de ainda sentirem a necessidade da educação midiática e análise crítica entre os alunos.

Apesar deste novo cenário, os educadores não deixaram de utilizar totalmente as ferramentas tecnológicas, uma vez que mais de 85% deles ainda usavam plataformas digitais com os alunos em algum momento do ano letivo. Também observamos que mais de 80% dos professores acreditam que as mídias possuem uma influência positiva nos processos educacionais.

Plataformas são ferramentas. Se bem planejadas e utilizadas, podem ser bem efetivas. Vale ressaltar que os próprios alunos pedem para diminuir o tempo de tela e o uso de caderno. Por conta disso, procuro mesclar os dois recursos nas minhas aulas. (HOFF et al., 2022, p. 18).

Apesar do movimento de adaptação das mídias dentro da sala de aula e da diminuição da frequência de seu uso, os educadores ainda relatam que os maiores desafios enfrentados por utilizar meios de comunicação e conteúdo midiático em suas aulas tem sido principalmente 1) Garantir o foco dos alunos no conteúdo e no trabalho psicológico; 2) Falta de formação continuada para que professores sejam aptos; 3) Desafios em lidar com as fake news (HOFF et al., 2022).

Considerações finais

Quanto aos resultados alcançados, observamos a relevância da escola como agência promotora de competência crítica, aspecto fundante do exercício de uma cidadania inclusiva em sociedades digitalizadas. Ainda que a desigualdade socioeconômica no Brasil imponha muitos desafios no que se refere às condições de acesso ao meio digital, o processo de midiaticização da sociedade brasileira tem avançado significativamente e mostra-se um caminho sem volta.

No contexto escolar, as desigualdades socioeconômicas se intensificam, o que ficou bastante evidenciado no período da pandemia, quando grande parte dos alunos do Ensino Básico e Fundamental não participaram de aulas on-line devido à falta de acesso à tecnologia. A partir do relato dos professores participantes da pesquisa longitudinal, que envolve metodologia quantitativa/survey e qualitativa/grupo focal, a pandemia promoveu o aumento do consumo de mídia, entretanto revelou ainda mais as desigualdades de acesso à internet e aos equipamentos tecnológicos como computadores e celulares entre os professores e alunos das escolas pública e privada. Após o período pandêmico de intenso uso das mídias, é notada uma estagnação ou até mesmo uma desaceleração da promoção de atividades com o uso da tecnologia na sala de aula.

Ainda o relato dos professores participantes da referida pesquisa evidencia desafios a serem superados para o desenvolvimento da literacia midiática em seu dia a dia, isso se mostra em pontos como a falta de formação continuada para que professores estejam aptos a trabalhar com as diferentes mídias e recursos digitais em sala de aula,

além da preocupação em manter a atenção dos alunos no trabalho pedagógico.

Estes apontamentos demonstram a necessidade de reflexão sobre o papel da mídia e da escola enquanto agências basilares na formação de cidadãos, notadamente na promoção da cidadania digital, pois se a midiaticização avança a passos largos, é urgente o desenvolvimento da literacia midiática, visando à formação de cidadãos críticos e conscientes dos usos e consumos midiáticos.

REFERÊNCIAS

AMPUDIA, R.; DEODORO, J. O futuro da escola e a escola do futuro (Entrevista com José Pacheco). **Podcast Folha na Sala** - Folha de S.Paulo e Itaú Cultural, 7 dez. 2021. Disponível em: <<https://spoti.fi/3Be3s32>>. Acesso em: 5 ago. 2023.

BACCEGA, M. A. Comunicação/educação e a construção de nova variável histórica. **Comunicação & Educação**, v. 14, n. 3, p. 19-28, 2009b.

CITELLI, A. **Comunicação e educação: dinâmicas midiáticas e cenários escolares**. Ilhéus: EDITUS, 2021.

COSTIN, C. Desafios da educação no Brasil após a covid19. In: COSTIN, C. et al, **A escola na pandemia: 9 visões sobre a crise do ensino durante o coronavírus**, pp. 7-10. Porto Alegre: Ed. do Autor, 2020.

COULDRY, N. Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling. **New Media & Society**, v. 10, n. 3, p. 373-391, 2008.

GARCÍA CANCLINI, N. **Ciudadanos reemplazados por algoritmos**. Guadalajara: CALAS, 2020.

GOMES, G.F., OLIVEIRA, K.K.S., SOUZA, R.A.C. Competências da Cidadania Digital: especificação e avaliação de uma proposta de experiência de ensino-aprendizagem. **Revista Gest@o.org**, v.19, n. 2, 2021.

JÆGER, B. Digital Citizenship - A review of the academic literature. **Der moderne staat - dms: Zeitschrift für Public Policy, Recht und Management**, v. 14, n. 1, p. 24-42, 2021.

HOFF, T. M. C.; SPINELLI, E. M.; GENERALI, S. **Survey com Educadores da Educação Básica: educação e consumo de mídia 2019a**. Disponível em: <<https://bit.ly/3B9mTtD>>. Acesso em: 30 jun. 2023.

HOFF, T. M. C.; SPINELLI, E. M.; GENERALI, S. Primeira Síntese de Resultado de Pesquisa – grupo focal com professores do Ensino Básico: Como se dá o consumo de mídia pelos professores? **Relatório - Grupo Focal com Professores Escola Básica: educação e consumo de mídia**. São Paulo: ESPM, 2019b. Disponível em: <https://bit.ly/3CXxr0r>.

HOFF, T. M. C.; SPINELLI, E. M.; GENERALI, S. Segunda Síntese de Resultado de Pesquisa – grupo focal com professores do Ensino Básico: Como trabalham/produzem mídia

na sala de aula. **Relatório - Grupo Focal com Professores Escola Básica:** educação e consumo de mídia. São Paulo: ESPM, 2019c. Disponível em: <https://bit.ly/3wVtV2A>.

HOFF, T. M. C.; SPINELLI, E. M.; GENERALI, S. Terceira Síntese de Resultado de Pesquisa – grupo focal com professores do Ensino Básico: Há consciência crítica do uso da mídia pelos alunos? **Relatório - Grupo Focal com Professores Escola Básica:** educação e consumo de mídia. São Paulo: ESPM, 2019d. Disponível em: <https://bit.ly/3RCEkIE>.

HOFF, T. M. C.; SPINELLI, E. M.; GENERALI, S.; PORTAS, I. **Survey com Educadores da Educação Básica:** educação e consumo de mídia 2020a. Disponível em: <https://bit.ly/3cPyHrO>. Acesso em: 30 jun. 2023.

HOFF, T. M. C.; SPINELLI, E. M.; GENERALI, S.; PORTAS, I. Primeira Síntese de Resultado de Pesquisa – grupo focal com professores do Ensino Básico: Como se dá o consumo de mídia pelos professores? **Relatório - Grupo Focal com Professores Escola Básica:** educação e consumo de mídia. São Paulo: ESPM, 2020b. Disponível em: <https://bit.ly/3THX3nH>.

HOFF, T. M. C.; SPINELLI, E. M.; GENERALI, S.; PORTAS, I. Terceira Síntese de Resultado de Pesquisa – grupo focal com professores do Ensino Básico: Há consciência crítica do uso da mídia pelos alunos? **Relatório - Grupo Focal com Professores Escola Básica:** educação e consumo de mídia. São Paulo: ESPM, 2020c. Disponível em: <https://bit.ly/3RxBAw3>.

HOFF, T. M. C.; SPINELLI, E. M.; GENERALI, S.; PORTAS, I. **Survey com Educadores da Educação Básica:** educação e consumo de mídia. São Paulo: ESPM, 2021a. Disponível em: <https://bit.ly/3qakqJb>. Acesso em: 30 jun. 2023.

HOFF, T. M. C.; SPINELLI, E. M.; GENERALI, S.; PORTAS, I. Segunda Síntese de Resultado de Pesquisa – grupo focal com professores do Ensino Básico: Como trabalham/produzem mídia na sala de aula. **Relatório - Grupo Focal com Professores Escola Básica:** educação e consumo de mídia. São Paulo: ESPM, 2021b. Disponível em: <https://bit.ly/3SniZTE>.

HOFF, T. M. C.; SPINELLI, E. M.; GENERALI, S.; PORTAS, I. Terceira Síntese de Resultado de Pesquisa – grupo focal com professores do Ensino Básico: Há consciência crítica do uso da mídia pelos alunos? **Relatório - Grupo Focal com Professores Escola Básica:** educação e consumo de mídia. São Paulo: ESPM, 2021c. Disponível em: <https://bit.ly/3xHWUr3>.

HOFF, T. M. C.; SPINELLI, E. M.; GENERALI, S.; PORTAS, I.; CARO, L. **Survey com Educadores da Educação Básica:** educação e consumo de mídia 2022. Disponível em: <https://catedrabaccega.espm.edu.br/wp-content/uploads/2023/05/relatorio-survey-2022.pptx.pdf>. Acesso em: 30 jun. 2023.

LIVINGSTONE, S. Active participation or just more information? Young people's take up of opportunities to act and interact on the internet. **Information, Communication & Society**, v. 8, n. 3, p. 287-314, 2004.

LYNN, T. et al. **Digital towns:** accelerating and measuring the digital transformation of rural societies and economies. Switzerland: Palgrave Macmillan, 2022.

NEVES, B.B. Cidadania digital? Das cidades digitais a Barack Obama. Uma abordagem crítica. *In*: Morgado, I. S.; Rosas, A. (org.) **Cidadania digital**. Portugal: Livros Labcom, 2010.

OROZCO GÓMEZ, G. A explosão da dimensão comunicativa: implicações para uma cultura de participação das audiências. *In*: ROCHA, R. M.; OROFINO, M. I. R. (Orgs.). **Comunicação, consumo e ação reflexiva: caminhos para a educação do futuro**. Porto Alegre: Sulina, 2014.

PARK, Y. DQ Global Standards Report 2019: Common Framework for Digital Literacy, Skills and Readiness. **DQ Institute**, 2019. Disponível em: <https://www.dqinstitute.org/wp-content/uploads/2019/03/DQGlobalStandardsReport2019.pdf>. Acesso em: 30 jun. 2023.

RIBBLE, M.; BAILEY, G. **Digital citizenship in schools**. Washington: International Society for Technology in Education, 2007.

RICHARDSON, J.; MILOVIDOV, E. **Digital citizenship education handbook**. Concil of Europe. 2019. Disponível em: <https://rm.coe.int/16809382f9>. Acesso em: 3 jul. 2023.

SPINELLI, E. M. Comunicação, Consumo e Educação: alfabetização midiática para cidadania. **Intercom – RBCC**, v. 44, n. 3, p. 127-143, 2021.

WILSON, C., GRIZZLE, A., TUAZON, R., AKYEMPOG, K. & CHEUNG, C. **Alfabetização midiática e informacional: currículo para formação de professores**. Brasília: UNESCO, UFTM, 2013.