

---

## **Olhares de jovens universitários sobre a Educação Midiática e o compromisso acadêmico e profissional diante das mídias<sup>1</sup>**

Mayra Fernanda Ferreira<sup>2</sup>  
Faculdade Metropolitana - FAMEESP

### **Resumo**

A contribuição da Educação Midiática para os jovens universitários é o foco deste trabalho. A partir do relato de experiência de uma atividade didática junto a estudantes dos cursos de Publicidade e Propaganda e Cinema e Audiovisual, apresenta-se a análise crítica da Matriz de Habilidades da Educação Midiática, proposta pelo Educamídia. Por meio de uma metodologia ativa de aprendizagem, os estudantes elencaram uma das habilidades - ler, escrever e participar - e apontaram como a formação acadêmica e a atuação profissional em seu potencial campo de trabalho pode ser um instrumento de Educação Midiática junto aos públicos e contribuir para a liberdade de expressão, a cidadania digital, o combate à desinformação e a produção criativa e crítica das mídias.

**Palavra-chave:** Educação midiática; formação acadêmica; audiovisual; publicidade; mercado de trabalho.

### **Introdução**

As juventudes contemporâneas estão diante de um dos desafios mais complexos da contemporaneidade: a onipresença das tecnologias digitais da informação e da comunicação como espaços de participação e de desinformação. Ao mesmo tempo em que elas oportunizam potencialidade participativas para interação, produção e recepção de conteúdos, elas contribuem para um fluxo informacional nunca visto, marcado pela instantaneidade, descentralização e plataformização.

É, nesse contexto, que fomentar a leitura e a interpretação críticas nos ambientes formais e não-formais de educação diante das informações e das mídias, torna-se uma necessidade. As perspectivas históricas da relação comunicação e educação, em meio a conceitos e metodologias correlatas que aqui não nos cabe diferenciar, apresentam-se como um legado e um presente para formação crítica dos cidadãos comunicativos. Considerando o ambiente universitário como um espaço formativo profissional e também social para múltiplas carreiras, promover reflexões e exercícios práticos sobre o

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação e Educação, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutora em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista (Unesp). Professora do Curso de Jornalismo da Faculdade Metropolitana. Coordenadora de conteúdo e jornalista da Unesp. E-mail: mayrajornal@gmail.com

contexto das mídias em disciplinas curriculares pode gerar uma experiência rica e contributiva frente aos desafios apresentados à ciência, à academia e ao mercado de trabalho, além do choque geracional e tecnológico que se vivencia em sociedade.

Nessa perspectiva, este trabalho apresenta provocações conceituais e metodológicas a partir de uma experiência acadêmica junto a universitários, no decorrer da disciplina de “Redação e Narrativas”, com graduandos dos primeiros ciclos dos cursos de Publicidade e Propaganda e Cinema e Audiovisual, do Centro Universitário Nossa Senhora do Patrocínio (CEUNSP), no município de Salto, interior de São Paulo. O objetivo da atividade, realizada em um painel colaborativo em rede, visava articular a problemática da Educação Midiática, a partir da Matriz de Habilidades da Educação Midiática, proposta pelo Educamídia, às habilidades profissionais desses futuros comunicadores.

### **Pressupostos da relação mídia e educação<sup>3</sup>**

Diante do cenário contemporâneo da presença das tecnologias da informação e da comunicação, emerge no contexto informacional e midiático o termo literacias, do inglês *literacy*. Entre as traduções para o português encontram-se os termos alfabetização, letramento e competências, no entanto tais termos não dão conta da dimensão e do significado que está implícito na palavra literacias. Segundo a Unesco, é importante que os estudos em literacias tenham uma visão em relação aos usos que são feitos das diferentes tecnologias no âmbito informacional e midiático.

[Alfabetização midiática e informacional] se refere às competências essenciais (conhecimentos, habilidades e atitudes) que permitem que os cidadãos engajem-se junto às mídias e outros provedores de informação de maneira efetiva, desenvolvendo o pensamento crítico e a aprendizagem continuada de habilidades, a fim de socializarem-se e se tornaram-se cidadãos ativos. (Wilson et al., 2013, p. 182).

Essa perspectiva em torno das literacias revela um entendimento para além do acesso às tecnologias, mas especialmente às apropriações que são feitas delas a fim de que sejam um meio de expressão e criatividade. Segundo Livingstone (2011), as

---

<sup>3</sup> O texto do referencial teórico que se apresenta neste tópico compõe a tese “Infância (n)ativa: potencialidades de participação e cidadania às crianças na mídia digital”, apresentada e defendida junto ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Unesp em agosto de 2018.

literacias têm uma contribuição em três níveis, a saber: 1) democracia, participação e cidadania ativa; 2) economia do conhecimento, competitividade e escolha; e, 3) aprendizado pela vida inteira, expressão cultural e realização pessoal. Observa-se, então, uma dimensão social na aplicabilidade do conceito a fim de que, a partir das interações entre os atores e entre estes e os conteúdos, seja possível reconhecer as implicações de um conhecimento avaliado criticamente para a atuação na sociedade.

Ao analisar a proposta da Unesco de AMI, Botelho-Francisco (2017) se refere a *media literacy*, como sinônimo de AMI, como: a) compreensão e uso dos meios de comunicação de modo consciente e crítico; b) habilidades de leitura, análise, avaliação e produção para diferentes mídias; c) habilidades de decodificação, análise, avaliação e produção de comunicação em variadas formas; d) comprometimento com as mídias para autoexpressividade e participação democrática. Thomas Bauer (2011), na conceituação de *media literacy*, define como as competências para compreender a mídia e sua relação na sociedade e com os indivíduos<sup>4</sup>, sendo fundamental para que se chegar à plena cidadania. É um campo de pesquisas e práticas que não se restringem a saber utilizar as mídias, mas compreender como seus usos atuam no mundo simbólico, têm implicações na vida em sociedade e como se deve ter um pensamento crítico.

Bauer (2010, p. 2) complementa: “‘literacy’ significa entender que *media* é apenas parte da sua vida. É entender seus limites funcionais e aprender sobre responsabilidade social [...], devemos observar, perceber e tomar decisões, além de verificar o quanto se é parte ou não desse ambiente”. O autor indica que, na prática, de *media literacy*, estão presentes três dimensões: a) usar a mídia para aprender e ensinar; b) entender a mídia e seus usos como parte da sociedade; c) educar para a mídia de modo que ela possa abrir espaço para a participação, ser criticada e possibilitar produção midiática por meio de competências que não restrinjam o social. Acerca desse último item, ressalta-se que

O processo não é de educação específica para os meios, mas de educação dialógica dos sentidos, das percepções e das práticas para

---

<sup>4</sup> Martino e Menezes (2012, p. 12) explicitam tal relação: “pensando a mídia como *parte* do contexto do indivíduo, apto a encontrar trilhas para a compreensão do ambiente no qual está inserido, com o qual se relaciona dialética, complexa e contraditoriamente. Nesse caso, seria possível até mesmo entender a *media literacy* como a competência para ação e reflexão no ambiente midiático – no caso, mediatizado – a partir da construção de relações com seu modo de ser específico”. É, portanto, um entendimento da mídia a partir de sua inserção social e não um uso natural da mídia.

---

uma sociedade que inclui os meios compreendidos, entre outras dimensões, como aparatos técnicos, como produtores/reprodutores de discursos e como mediadores da experiência humana (Martino; Menezes, 2012, p. 14).

É nesse processo de mediação que os indivíduos desenvolvem suas competências e as significações para o que têm contato por meio das mídias e como se relacionam por meio delas. A dimensão da acessibilidade e dos usos possíveis diante dos conteúdos disponíveis é uma condição fundamental para que os usuários possam, de fato, assumir suas literacias. Ao mesmo tempo, deve-se considerar os interesses dos mesmos e quais são as oportunidades dadas para que se aproximem das tecnologias e possam, por meio delas, fomentar interações e visualizar as oportunidades para sua formação em mídia. Orozco-Gómez (2010, p. 123) afirma que “nem todos estão aptos, ainda, a serem emissores, conquanto colocados em contato com as tecnologias, pois existe a necessidade de um processo mínimo de treinamento para aproveitar o potencial de expressão que a tecnologia nos abre com vistas a desencadear circuitos dialógicos”.

É este o trabalho proposto na interface entre comunicação e educação que, nas palavras de Romão (2017, p. 134), é um estímulo à participação a partir da “produção de conteúdos como forma de mobilizar, mas também de garantir espaços de fala, de exposição de ideias, de reflexão sobre o mundo. Para além da ação colaborativa, a produção de conteúdo é mobilizadora e capaz de favorecer a interação com as pessoas e a participação na sociedade”. Para que se efetue essa participação é necessário que haja o “planejamento de estratégias de educação dos usuários que tenham como objetivo formar interlocutores capacitados para uma recepção e produção comunicativa ao mesmo tempo múltipla, seletiva e crítica” (Orozco-Gómez, 2011, p. 159).

A princípio, pode-se responsabilizar a escola enquanto o lócus para essas estratégias, porém, o autor indica que à escola não desse ser atribuído apenas o papel de transmitir conteúdos educativos aos estudantes, uma vez que aptidões e apropriações sociais também devem ser mediadas nos espaços educativos, ao mesmo tempo em que outras instâncias de socialização assumem o papel de educação relativo à cultura digital. Nessa perspectiva, a mídia-educação surge como instrumento de uma práxis acerca do estudo e da prática educativa sobre as mídias, pelas mídias e com as mídias, o que inclui a leitura crítica delas e de seu papel na sociedade (Belloni; Bévort, 2009).

---

Na defesa de Buckingham (2007, p. 294), a mídia-educação tem como foco não apenas a recepção midiática crítica, mas também “encorajar a participação crítica dos jovens enquanto produtores culturais por direito próprio [...]”, sendo “um terreno muito significativo para a definição das possibilidades futuras da cidadania”. Conforme os estudos de Belloni e Bévort (2009), essa práxis assume um papel para a cidadania e a participação ativa de modo a possibilitar aos cidadãos, por meio do entendimento das mídias, produzir, avaliar e distribuir as mídias, contribuindo em uma dimensão de democratização da comunicação.

Além disso, como a presença das mídias no cotidiano dos cidadãos faz parte da cultura contemporânea, essas mídias são “meios potenciais de participação ativa do cidadão e como ferramentas de expressão de criatividade pessoal” (Belloni; Bévort, 2009, p. 1099), de modo a fomentar competências para o domínio técnico e a compreensão crítica, bem como assegurar a valorização das diversidades culturais e identitárias. Além disso, deve-se capacitar para a produção de conteúdos criativos, tornando os usuários verdadeiros comunicadores (Orozco-Gómez, 2014).

Embasando-se, portanto, no incentivo ao protagonismo dos cidadãos para a apropriação e a criticidade frente às mídias, às quais têm acesso, e também para a produção crítica e criativa a ser compartilhada em rede com demais usuários, a proposta relatada, a seguir, demonstra o potencial de reflexão de jovens universitários frente às diretrizes da Educação Midiática.

### **Olhares universitários de Comunicação sobre Educação Midiática**

A formação universitária em Comunicação é o locus da experiência de debate reflexivo e pragmático sobre as habilidades inerentes à Educação Midiática e os impactos das dimensões ler, escrever e participar como alicerces da Matriz de Habilidades da Educação Midiática, explicitada pela Educamídia<sup>5</sup>, na formação dos jovens universitários dos cursos de Publicidade e Propaganda e Cinema e Audiovisual,

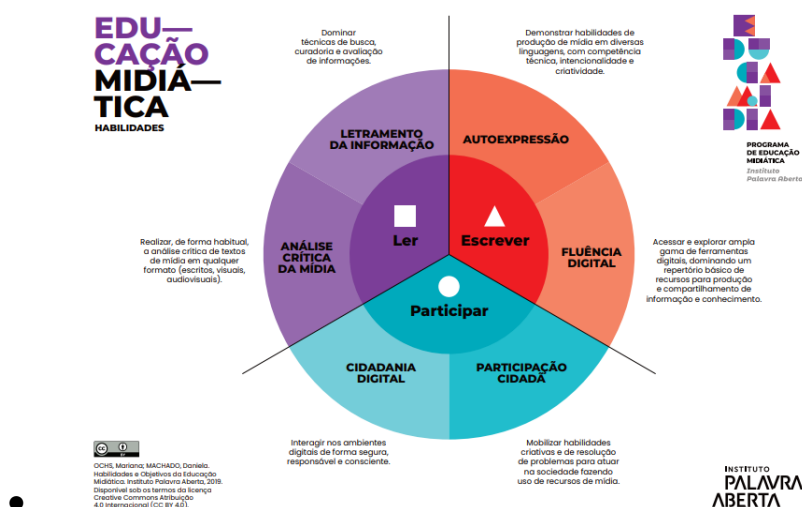
---

<sup>5</sup> “EducaMídia é o programa do Instituto Palavra Aberta com apoio do Google.org criado para engajar toda a sociedade no processo de educação midiática dos jovens, formar educadores e redes de ensino e apoiar familiares e responsáveis, além de contribuir para a formulação de políticas públicas para o tema. Foi construído a partir de três competências centrais: LER (consumo crítico das informações), ESCREVER (produção ativa de conteúdos) e PARTICIPAR (autoexpressão e exercício da cidadania)”. (Educamídia, 2025).

do Centro Universitário Nossa Senhora do Patrocínio, matriculados no primeiro e terceiro semestres do cursos.

A disciplina “Redação e Narrativas” foi implementada, em 2023, na matriz curricular dos referidos cursos com o objetivo de aprimorar o domínio linguístico e a expressividade textual e oral para diferentes mídias e plataformas. Enquanto um dos conteúdos programáticos estava “Linguagem e Comunicação”, temática ampla e de significativa relevância para a formação comunicacional dos estudantes. A partir da adoção de uma metodologia ativa de aprendizagem, os 76 estudantes matriculados na disciplina foram provocadas a observar e analisar os elementos constitutivos da Matriz de Habilidades da Educação Midiática (figura 1) para, então, construir uma nuvem de palavras ou diagrama com a síntese de um dos tópicos (ler, escrever e participar e seus desdobramentos) e escrever em até 10 linhas a relação dele com a sua área de atuação (publicidade ou audiovisual).

**Figura 1 - Matriz de Habilidades da Educação Midiática**



Fonte: Educamídia.org.br (2025)

A proposta foi apresentada aos estudantes que se dividiram em grupos para a produção interpretativa, analítica e criativa acerca dos conceitos imbricados na Educação Midiática e a importância de, pelo menos, um deles na atuação profissional da área em que estão se graduando a partir do repertório sobre o campo de atuação e as características da Comunicação com campo científico e práxis profissional. De modo a possibilitar a expressividade dos grupos e a socialização das produções, foi elaborado

um mural on-line (figura 2), na plataforma padlet, para que os conteúdos fossem disponibilizados e, na sequência, gerando um debate em rede com as percepções, inferências e conclusões dos grupos.

**Figura 2 - Plataforma colaborativa da disciplina “Redação e Narrativas”**

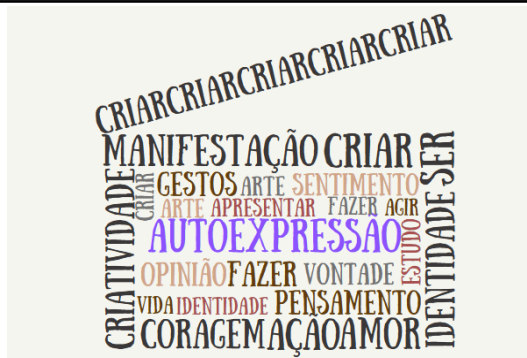


Fonte: Reprodução.

A atividade colaborativa foi intitulada “Nosso olhar profissional sobre a Educação Midiática” e obteve 27 respostas, contendo a nuvem de palavras, ilustrativa dos conceitos apreendidos, e um texto problematizando a atuação profissional frente às competências de Educação Midiática necessárias a partir do seu conceito-chave:

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, envolvendo em suas propostas [...] três competências centrais: interpretação crítica das informações, produção ativa de conteúdos e participação responsável na sociedade (Educamídia, 2025).

**Figura 3 - Exemplo de nuvem de palavras da atividade de Educação Midiática para os estudantes de Cinema e Audiovisual**

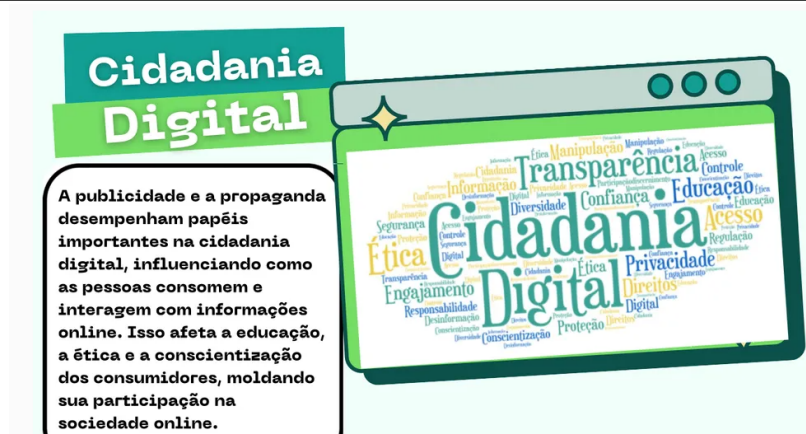


Fonte: Reprodução.

A nuvem de palavras em formato de claquete demonstra a apropriação conceitual articulada à estética do audiovisual, revelando a expressividade artística ao contar histórias e criar narrativas embasadas em valores afetivos que se entrecruzam com o profissional por trás das câmeras. Como mencionado por um dos relatos: *“No cinema, a autoexpressão é algo fundamental. Ela nos guia para termos uma identidade única, criativa e inspiradora. A autoexpressão não está presente somente quando falamos das personagens - que são construídas muito antes de um filme ser desenvolvido - contendo pensamentos e sentimentos próprios e se expressando de maneira única. Mas também na fotografia, que é responsável por capturar e transmitir as emoções ao público, no som, que necessita entregar um sentimento certo ao público através de músicas e efeitos sonoros, e no cenário que por si só tem sua expressão, autenticidade e criatividade”*.

No que se refere ao acesso e aos usos digitais, os publicitários ressaltam a importância da fluência: *“A fluência digital em publicidade e propaganda é, essencialmente, a capacidade de navegar pelo complexo ecossistema digital para promover marcas, produtos ou serviços de maneira eficiente. Isso implica não apenas compreender as ferramentas e plataformas disponíveis, mas também como utilizá-las de maneira estratégica para atingir os objetivos de marketing”*.

**Figura 4 - Exemplo de nuvem de palavras da atividade de Educação Midiática para os estudantes de Publicidade e Propaganda**



Fonte: Reprodução.

As produções imagéticas e textuais dos estudantes ressaltam um olhar crítico sobre a responsabilidade que eles, como comunicadores, têm na produção de mensagens, seja em narrativas audiovisuais ou em produções de marketing, frente aos públicos. Nesse sentido, debruçar-se sobre a Educação Midiática e exercitar seus preceitos de modo a fortalecer suas competências midiáticas e cidadãs é contributivo para a formação crítica enquanto atores sociais e no exercício profissional que dialoga com interesses mercadológicos, de audiência e de impacto junto aos múltiplos públicos.

## Considerações

Os olhares universitários aqui relatados demonstram como as ferramentas digitais são compreendidas e podem refletir na criticidade de apropriações e usos, assim como na responsabilidade que há frente ao que se comunica e compartilha em um ambiente em rede. Ao fomentar o debate em sala de aula, fica evidente que o quanto a interpretação de texto e o desenvolvimento crítico estão correlacionados a fim de que os estudantes construam seu repertório para além do domínio dos conceitos e técnicas profissionais.

O acesso às mídias e as habilidades para lê-las, interpretá-las e criticá-las devem atingir um mesmo nível no dia a dia dos jovens, especialmente junto a esse público universitário da área da Comunicação. A responsabilidade social das mensagens e conteúdos que eles geram para diferentes mídias e plataformas deve se respaldar em preceitos da Educação Midiática e as competências de fluência e cidadania digitais, letramento e crítica de mídia e, em especial, de participação cidadã e

autoexpressividade. A contribuição dos profissionais de comunicação frente a sociedade perpassa tais características, sendo, portanto, fundamental, que os mesmos estejam letrados midiaticamente e possam assumir uma autoria crítica e criativa, baseada em preceitos de cidadania e de comunicação para todas as pessoas.

## Referências

- BAUER, Thomas. O valor público da Media Literacy. **Líbero**, São Paulo, v. 14, n. 27, p. 9-22, jun. 2011.
- BAUER, Thomas. Media Literacy. Entrevista a Danielle Mendes Thame Denny, Maria Helena Charro, Raphael Muniz Garcia de Souza e Lidia Zuin. **CoMtempo**, São Paulo, Ano 2, v. 2, p. 1-4, dez. 2010.
- BELLONI, Maria Luiza; BÉVORT, Evelyne. Mídia-educação: conceitos, história e perspectivas. **Educação & Sociedade**, Campinas, v. 30, n. 109, p. 1081-1102, set./dez. 2009.
- BOTELHO-FRANCISCO, Rodrigo Eduardo. Literacias emergentes em contextos digitais. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 13, n. especial, p. 4-26, jan./jul. 2017.
- BUCKINGHAM, David. **Crescer na era das mídias eletrônicas**. Tradução de Gilka Girardello e Isabel Orofino. São Paulo: Edições Loyola, 2007.
- EDUCAMÍDIA. **Educação Midiática - Habilidades**. 2025. Disponível em <https://educamidia.org.br/habilidades/>. Acesso em 20 jun. 2025.
- EDUCAMÍDIA. **Quem somos**. Disponível em <https://educamidia.org.br/quem-somos/>. Acesso em 20 jun. 2025.
- LIVINGSTONE, Sonia. Internet literacy: a negociação dos jovens com as novas oportunidades on-line. **MATRIZES**, São Paulo, ano 4, n. 2, p. 11-42, jan./jun. 2011.
- MARTINO, Luís Mauro Sá; MENEZES, José Eugênio de Oliveira. Media Literacy: competências midiáticas para uma sociedade midiaticizada. **Líbero**, São Paulo, v. 15, n. 29, p. 9-18, jun. 2012.
- OROZCO-GÓMEZ, Guillermo. **Educomunicação: recepção midiática, aprendizagens e cidadania**. Tradução de Paulo Valério. São Paulo: Paulinas, 2014.
- OROZCO-GÓMEZ, Guillermo. Comunicação, educação e novas tecnologias: tríade do século XXI. In: CITELLI, Adilson Odair; COSTA, Maria Cristina Castilho (Orgs.). **Educomunicação: construindo uma nova área de conhecimento**. São Paulo: Paulinas, 2011. p. 159-174.
- OROZCO-GÓMEZ, Guillermo. Educação midiática ressalta o potencial de expressão dialógica das tecnologias. Entrevista a Adilson Citelli e Roseli Figaro. **MATRIZES**, v. 3, n. 2, p. 117-130, 2010.

---

ROMÃO, Lilian Cristina Ribeiro. Educomunicação e participação cidadã de adolescentes e jovens no Brasil. In: SOARES, Ismar de Oliveira; VIANA, Claudemir Edson, XAVIER, Jurema Brasil. **Educomunicação e suas áreas de intervenção**: novos paradigmas para o diálogo intercultural. São Paulo: ABPEducom, 2017. p. 130-138.

WILSON, Carolyn; et al. **Alfabetização Midiática e informacional**: currículo para formação de professores. Tradução de Dermeval de Sena Aires Júnior. Brasília: Unesco, UFTM, 2013.