

Comunicação pública, educomunicação, educação midiática e combate à desinformação¹

Rose Mara Pinheiro²

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS

Resumo

Este artigo pretende refletir sobre as ações no âmbito da comunicação pública que unem os conceitos e práticas da educomunicação e da educação midiática para o combate à desinformação, tendo como referência a Secretaria de Comunicação da Presidência da República (2023, 2024, 2025) em nível federal. A proposta busca ampliar a discussão e fortalecer o engajamento das áreas de comunicação das instituições federais, sobretudo as universidades e institutos, e de associações de ciência, comunicação e educação. Fundamentada em Bucci (2020), Buckingham (2022) e Soares (2016), é necessário urgentemente compreender que os pilares democráticos e de cidadania, com base em aspectos ligados à transparência, ética, liberdade de expressão e interesse público, dependem de uma ampla e coletiva ação de combate à desinformação.

Palavra-chave: educomunicação; educação midiática; comunicação pública; desinformação.

Introdução

Em maio de 2023, a Secretaria da Comunicação da Presidência da República, do governo Lula, abriu uma consulta pública para conseguir contribuições da sociedade a respeito do campo da educação midiática, liderada pela Secretaria de Políticas Digitais. No total, foram 418 sugestões vindas da sociedade civil, principalmente de representantes de associações e universidades.

O documento norteador para as ações de educação midiática e educomunicação no país foi organizado em seis tópicos, iniciando pelo contexto, passando pelas definições de educação midiática, missão, visão e objetivos, iniciativas para a educação básica, orientação sobre telas por crianças e adolescentes, parcerias com a sociedade civil, difusão de conteúdos, parcerias com universidades e institutos, conclusão e referências.

¹ 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.

² Doutora em Comunicação, professora do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Artes, Letras e Comunicação, e diretora da Agência de Comunicação Social e Científica da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS. E-mail: rose.pinheiro@ufms.br.

Como missão, a proposta previa a promoção de “desenvolvimento de habilidades e competências para o engajamento criativo na experiência com diferentes canais de mídia digital e de informação de forma crítica, saudável, consciente e cidadã” e como visão, “tornar o Brasil referência em educação midiática de qualidade” (Brasil, 2023).

A partir da consulta, várias ações têm sido promovidas desde então. Ainda em 2023, a Secom/PR criou a Estratégia Brasileira de Educação Midiática (EBEM), que foi lançada na 1ª Semana Brasileira de Educação Midiática realizada de 23 a 27 de outubro daquele ano em parceria com o Ministério da Educação e a Unesco, e promoveu ações simultâneas em 21 estados do país durante o evento global Alfabetização Midiática e Informacional (*Media and Information Literacy Week - MIL Week 2023*). (Brasil, 2023).

Também foi ofertada coletânea de cursos no portal AvaMec, um repositório de conteúdos sobre o tema e uma cartilha de orientações de prevenção à violência online. Em 2024, a Secom assinou um acordo de cooperação com nove instituições da sociedade civil com o objetivo de traçar ações e estratégias para a consolidação da educação midiática no país. As instituições que assinaram a parceria foram a Ação Educativa, Associação Abaré - Escola de Jornalismo, Coletivo Brasil de Comunicação Social - Intervozes, Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé, Geledés Instituto da Mulher Negra, Instituto Palavra Aberta, Instituto Vero, Redes Cordiais - Educação e Mídias e Safernet Brasil. (Agência GOV, 2024).

Uma das atividades da 2ª Semana Brasileira de Educação Midiática, realizada de 29 de outubro a 1º de novembro de 2024, de forma híbrida, foi o painel “O papel da comunicação pública na promoção da educação midiática”, transmitido ao vivo pelo canal do youtube da Secom e do MEC, que contou com representantes de três universidades federais, da UFPA, Unipampa e UFRJ, e da EBC.

Em 2025, a Secom publicou o Guia *Crianças, Adolescentes e Telas* sobre usos de dispositivos digitais, com “análises e recomendações sobre o tema, baseado em evidências científicas e nas melhores práticas internacionais, inteiramente comprometido com a construção de um ambiente digital mais saudável” (Brasil, 2025).

Todas as ações destacadas fazem menção à educação midiática como forma de fortalecer a democracia, o combate à desinformação e a promoção de políticas públicas no país para a cidadania e o direito de acesso, produção e recepção de conteúdo midiático e informacional.

Paralelo às ações da Secom, inúmeros órgãos federais têm constituído comitês de combate à desinformação, organizando campanhas, palestras e cartilhas de orientação. Alguns exemplos são o Senado Federal, o Supremo Tribunal Federal, o Tribunal Superior Eleitoral, entre outras organizações da sociedade civil, como WWF Brasil, Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC), Associação Brasileira de Comunicação Pública (ABCPública) e a Rede Nacional de Combate à Desinformação (RNCD).

Novo Capitalismo

Em 2018, preocupada com o avanço da polarização e a disseminação acelerada das informações falsas, bem como o impacto do uso permanente das tecnologias digitais, o professor David Buckingham publicou o Manifesto da Educação Midiática. Segundo ele, não se tratava de uma obra acadêmica, mas de um posicionamento crítico e prático sobre a absoluta falta de entendimento da sociedade atual. “Entender a mídia hoje exige o reconhecimento da complexidade de formas modernas de "capitalismo digital", disse para introduzir o assunto. (Buckingham, 2022, p. 18).

Minha visão é bem diferente. Não compartilho do otimismo um tanto ingênuo em relação ao potencial empoderador da mídia digital. Tampouco acredito que o entendimento crítico decorrerá automaticamente da experiência de produção ou participação criativa. A alfabetização midiática não se restringe a saber usar determinados aparelhos, quer para acessar a mídia, quer para criar mensagens nela. Ela deve também implicar um entendimento crítico profundo de como a mídia funciona, como comunica, como representa o mundo, e como é produzida e usada. Entender a mídia hoje exige o reconhecimento da complexidade de formas modernas de "capitalismo digital". E, se realmente queremos que os cidadãos sejam midiaticamente alfabetizados, precisamos de programas abrangentes, sistemáticos e duradouros de educação midiática como direito básico de todos os jovens (Buckingham, 2022, p. 17).

Para ele, que já defendeu no passado a necessidade da educação midiática de uma forma mais abrangente, uma vez que todos nós somos impactados pela mídia e pelos dispositivos móveis, sem deixar de lado as mídias analógicas, a maioria das pessoas não percebe a crueldade a que estamos expostos diariamente, sendo manipulados pelos grandes oligopólios globais.

Nessa mesma linha de raciocínio, o jornalista e professor Eugênio Bucci, em uma palestra sobre Alfabetização Midiática e Informacional em 2020, destacou duas características do novo capitalismo, que ainda é mais perverso na contemporaneidade. As

pessoas são bombardeadas o tempo todo com mensagens e informações e não encontram um momento de tranquilidade. Por outro lado, a plataforma digital não permite o encontro dos diferentes, o que facilita a propagação de discursos.

Este manifesto defende a educação midiática como pré-requisito básico da cidadania contemporânea - portanto, como um direito fundamental em todo o sistema educacional. No entanto, ele também defende determinada abordagem. A educação midiática não consiste em usar a mídia ou a tecnologia como ferramentas, como auxílios educacionais, nem mesmo como aparelhos de coleta de dados. Não consiste em alertar os jovens contra as várias formas de "mau comportamento" que a mídia parece incentivar. Tampouco consiste simplesmente em desenvolver habilidades técnicas ou proporcionar aos jovens oportunidades de se expressarem através da mídia. Na verdade, como pretendo explicar, ela se preocupa sobretudo em desenvolver o entendimento crítico (Buckingham, 2022, p. 30).

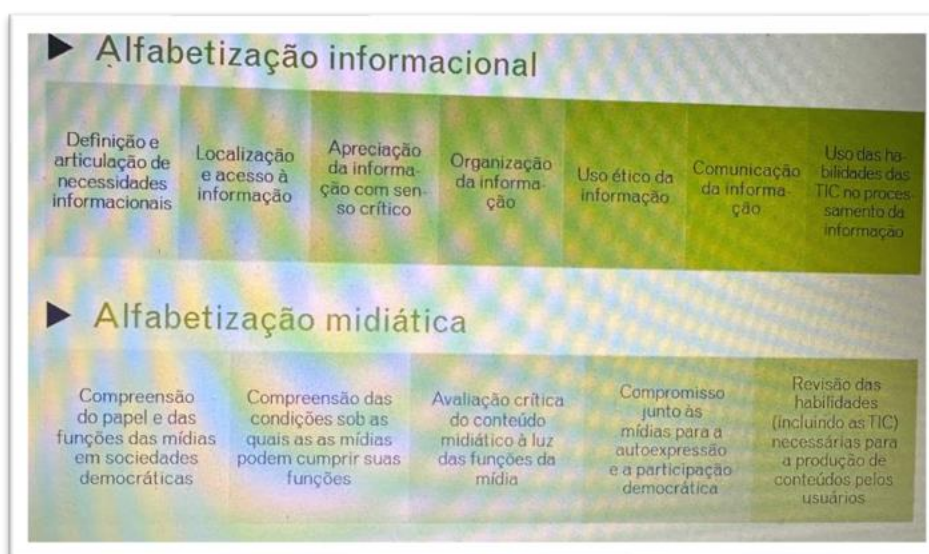
Nesse diálogo entre os dois autores, Bucci cita o exemplo do jornal *New York Times*, talvez um dos maiores jornais na atualidade, quando atingiu a marca de 11 milhões de assinantes. Segundo ele, no Brasil, um dos maiores jornais, a Folha de S.Paulo não chega a 1 milhão de assinantes, enquanto o Facebook possui no mundo cerca de 3 bilhões de usuários no mundo, sendo que 2 bilhões acessam a plataforma todos os meses.

O Facebook traz para a nossa sociedade um modelo de exploração que faz os subterrâneos, os porões das fabricas de Londres, que Marx observou para escrever *O Capital*, parecer um jardim da infância. Ali as crianças trabalhavam 12 horas por dia, 14 horas por dia, o capitalismo parecia sádico, impiedoso, uma taxa de exploração bárbara, uma taxa de mais valia sem limites, que era impulsionada pelas inovações tecnológicas. Quem tem Facebook, eu acho algo fascinante. Primeiro, um trabalhador braçal gratuito, faz ali um trabalho escravo, porque não ganha um tostão. Qual é o trabalho? Escrever coisas lá, postar fotografias lá, prato de comida, gato... O trabalho é fazer redes com as pessoas, indicar outros para fazer parte do grupo. Tudo de graça, horas por dia. (...) Segundo lugar, essa pessoa é matéria-prima, porque as coisas que entram lá são traços, fragmentos, momentos da vida lá. Ela que leva aquilo pra lá, ela é que é a personagem das coisas que estão lá. Por fim em terceiro lugar, essa pessoa é mercadoria porque o que é vendido é ela. Isso é maravilhoso, é o melhor negócios do mundo (Bucci, 2020).

Para Bucci, as redes sociais produzem fissuras no projeto democrático e essas empresas como Facebook são “extratoras de olhar” e vendedoras de dados. “Essas redes são as principais veiculadoras das chamadas *fake news*. “A educação midiática é uma forma de proteger as pessoas contra a manipulação, contra a mentira, para que as pessoas sejam conscientes da representação (...) a educação midiática prepara as pessoas para regulação da mídia” (Bucci, 2020).

Toda essa proposta repercute o que a Unesco tem disseminado como Alfabetização Midiática e Informacional (AMI) desde o final do século 20 para preparar a sociedade a lidar com o desenvolvimento das tecnologias e dos meios de comunicação

As políticas e as estratégias da AMI são necessárias porque permitem que as pessoas adquiram competências para se defender de culturas dominantes e criar os próprios efeitos contrários a elas, ao compartilhar suas histórias por meio de discussões e engajamentos criativos e, dessa forma, proteger a diversidade cultural, o multilinguismo e o pluralismo (Grizzle et al., 2020).



Fonte: Unesco, 2016

O papel das Universidades

Na consulta pública, a Secom elenca como um dos tópicos a parceria estratégica com as universidades e institutos federais, enquanto espaços privilegiados “de produção e difusão de conhecimento, cultura, tecnologia e inovação no país” para:

- Apoiar a criação de novas disciplinas, grupos e redes de pesquisa, iniciação científica e projetos de extensão relacionados com a educação midiática;
- Articular junto a Universidades para inserção do tema nos currículos de Pedagogia, Comunicação, Biblioteconomia, Licenciaturas e demais áreas afins;
- Incluir a educação midiática nos mecanismos de fomento e linhas de financiamento de estudos e pesquisas;
- Fomentar o desenvolvimento de ações de extensão universitária sobre educação midiática;
- Apoiar, co-organizar ou incidir para a inclusão do tema em prêmios e outros mecanismos de reconhecimento, visibilização, conscientização e destaque;
- Apoiar o desenvolvimento de publicações em linha com os parâmetros estabelecidos pela Secom, possivelmente articulando com o apoio de outras instituições parceiras (Sociedade Civil e/ou Organismos internacionais); e
- Promover eventos para discutir os temas de várias formas, incluindo a organização de workshops e seminários para trocar experiências, com o objetivo de contribuir para a formulação da política nacional, além de avaliar e debater a partir do que está sendo produzido (Brasil, 2023).

Mais do que realizar e promover ações pontuais, é papel das universidades produzir conhecimento e incentivar a apreensão da educação midiática em todos os níveis da sociedade, desde a capacitação de profissionais (de qualquer segmento), a formação de estudantes da educação básica ao ensino superior, estimulando que seus próprios servidores e colaboradores se engajem no combate à desinformação.

Nesse sentido, a Rede Nacional de Comunicação Pública pode ser uma aliada estratégica, por possuir 167 canais de televisão e 165 emissoras de rádio e alcançar 170 milhões de pessoas em cerca de 2.500 municípios brasileiros. Coordenada pela Empresa Brasil de Comunicação, a RNCP é uma das que mais cresce no país, como apregoa a liderança da EBC, sendo que grande parte dessa produção está nas mãos dos gestores de comunicação das universidades e institutos federais. A própria ex-diretora-geral da EBC, Máira Bittencourt, afirmava no painel da 2ª Semana Brasileira de Educação Midiática a força dessa rede formada pelas universidades para disseminar a educação midiática e fortalecer o combate à desinformação. Para ela, a educação midiática dialoga diretamente com a comunicação pública, compartilhando princípios. “A EBC é a articuladora da RNCP (...) quando a gente coloca uma emissora pública funcionando dentro de uma

instituição de ensino a gente tem ali um ambiente propício para que a gente consiga efetivamente criar esse ciclo de habilidades (...) (Brasil, 2024).

Este ano, durante o 1º Congresso Internacional de Emissoras Públicas da USP, nos dias 21 e 22 de maio, foram destacados o papel das emissoras públicas da RNCP no combate às fake news, a contribuição para o jornalismo de qualidade e o fortalecimento da democracia.

Em maio deste ano o presidente da EBC, Jean Lima, declarou:

A desinformação tem dois braços. O primeiro é desestabilizar democracias. Nós vivemos isso muito de perto aqui no Brasil, com o questionamento, por exemplo, do processo eleitoral, que é exemplo no mundo. Outro exemplo é a vacinação, também referência para o mundo, que é um serviço público, também foi afetado pela desinformação. São dois exemplos de como a desinformação pode afetar o acesso a políticas e serviços públicos (Agência Brasil, 2025).

Nesse processo de expansão e fortalecimento da RNCP, a UFMS obteve a concessão de um canal de TV aberto em 2022 e oito novas emissoras de rádio em 2023, na parceria com a EBC e com a Secom/PR. A rede regional de comunicação pública da UFMS vem fortalecer a Rádio Educativa UFMS 99.9, que completou 9 anos no ar, e a TV UFMS, que possui 25 anos na plataforma do youtube. Canais que levam conhecimento e cidadania; pesquisa e extensão; informação e entretenimento para a população sul-mato-grossense, integrando todas as regiões estratégicas do estado de MS.

A UFMS também compõe o Comitê de Participação Social, Diversidade e Inclusão, da Empresa Brasil de Comunicação, nomeado em dezembro de 2024, com o objetivo de contribuir para o fortalecimento da RNCP e da produção de conteúdo de qualidade para a população brasileira a partir das emissoras públicas.

Para além da expectativa em relação à rede de comunicação pública da UFMS, projetos coordenados pela Agência de Comunicação Social e Científica apontam para a formação de professores e estudantes da educação básica de Campo Grande, como é o exemplo do projeto de extensão *Prática Educomunicativa: Repórter Júnior*, que desde 2018 é realizado em conjunto com o curso de Jornalismo, da Faculdade de Artes, Letras e Comunicação da UFMS, já alcançou 207 estudantes e 42 professores de 66 escolas públicas e privadas da capital do estado.

Além disso, desde 2023, o curso promove uma agência laboratorial de combate à desinformação. O projeto intitulado *Combate à desinformação e fake news: agência*

regional de checagem de fatos e produção de jornalismo científico recebeu financiamento da Fundação de Apoio ao Desenvolvimento do Ensino, Ciência e Tecnologia do Estado de Mato Grosso do Sul e tem a participação de sete estudantes bolsistas.

Considerações finais

Mais do que um projeto de intervenção social pontual, é urgente repensar a participação das universidades, associações de ciência, educação e comunicação no combate à desinformação por meio da educação midiática e da educomunicação. Inúmeras ações são realizadas pontualmente, como acontecem na UFMS, em diversas instituições de ensino superior, mas é necessário unificar as ações em uma ampla plataforma de combate à desinformação, reunindo todas as organizações possíveis e rompendo com as barreiras teóricas, ideológicas ou partidárias.

Só dessa maneira, as iniciativas como as elencadas pela Secom/PR poderão impactar a sociedade brasileira, fazendo frente aos oligopólios de informação e impulsionando políticas públicas que sejam efetivas para a transformação do contexto como apontam Bucci e Buckingham.

Nós temos arcabouço teórico e prático contundentes para atender a visão do documento elaborado por meio de consulta pública: “ser um país referência em educação midiática de qualidade”.

Referências

AGÊNCIA BRASIL. **Emissoras públicas defendem protagonismo mundial contra desinformação.** EBC, São Paulo, 21 de maio de 2025. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2025-05/emissoras-publicas-defendem-protagonismo-mundial-contra-desinforma%C3%A7%C3%A3o#:~:text=O%201%C2%BA%20Congresso%20Internacional%20de,valoriza%C3%A7%C3%A3o%20da%20pluralidade%2C%20a%20programa%C3%A7%C3%A3o.> Acesso em: 22 jun 2025.

AGÊNCIA GOV. **Secom assina acordo em educação midiática com organizações da sociedade civil.** Secom, Brasília, 15 de agosto de 2024. Disponível em: [https://agenciagov.ebc.com.br/noticias/202408/secom-assina-acordo-em-educacao-midiatica-com-organizacoes-da-sociedade-civil.](https://agenciagov.ebc.com.br/noticias/202408/secom-assina-acordo-em-educacao-midiatica-com-organizacoes-da-sociedade-civil) Acesso em: 22 jun 2025.

BRASIL. Secretaria de Comunicação Social. **Crianças, Adolescentes e Telas - Guia sobre usos de dispositivos digitais**. Secom, Brasília, 11 março 2025. Disponível em <https://www.scielo.br/j/es/a/hcZr4mDdbgTfSy3NWt8RptQ/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 12 mai. 2025.

BRASIL. Secretaria de Comunicação Social. **1ª Semana Brasileira de Educação Midiática**. Secom, Brasília, 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/secom/pt-br/assuntos/educacao-midiatica> Acesso em: 22 jun 2025.

BRASIL. Empresa Brasil de Comunicação. **Rede Nacional de Comunicação Pública**. EBC, Brasília, 2025. Disponível em: <https://rncp.ebc.com.br/>. Acesso em: 22 jun 2025.

BRASIL. Secretaria de Comunicação Social. **Como a comunicação pública pode contribuir com o desenvolvimento da educação midiática**. 2ª Semana Brasileira de Educação Midiática. Secom, Brasília, 31 de outubro de 2024. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=5FQlbLaPO2I>. Acesso em 22 jun 2025.

BRASIL. Secretaria de Comunicação Social. **Consulta pública sobre Educação Midiática** – texto de referência. Secom, Brasília, 19 maio 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/participamaisbrasil/educacao-midiatica>. Acesso em: 7 abr. 2025.

BUCCI, Eugênio. Mesa Redonda **Alfabetização Midiática e Informacional**: Acesso igualitário à informação e ao conhecimento. São Paulo: SisEB, 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Cde8Qy1J9Qc>. Acesso em: 21 jun 2025.

BUCKINGHAM, David. **Manifesto pela educação midiática**. São Paulo, edições Sesc São Paulo, 2022.

GRIZZLE, Alton MOORE, Penny DEZUANNI, Michael, ASTHANA, Sanjay, WILSON, Carolyn , BANDA, Fackson ONUMAH, Chido. **Alfabetização midiática e informacional**: diretrizes para a formulação de políticas e estratégias. Brasília: UNESCO, Cetic.br, 2016. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/es/a/hcZr4mDdbgTfSy3NWt8RptQ/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 7 abr 2025.