



EDUCAÇÃO MIDIÁTICA: QUEM É QUEM NAS REDES SOCIAIS

Karine Heloise Felix de Sousa ¹

INTRODUÇÃO

A educação midiática trabalha a o senso crítico e o estimulando para que crianças e jovens sejam capazes de estabelecer relações, analisar informações, entender a natureza da mídia e refletir sobre o papel de quem produz o conteúdo e de quem está recebendo (CECÍLIO, 2019). Contudo a realidade nas escolas é outra, sendo assim, trago para a cena o debate sobre a educação midiática nas escolas e de como ela vem lidando com a tecnologias digitais que é algo que está presente na vida da maioria das crianças. (PRENSKY, 2001).

Assim, é fundamental procurar desenvolver a “comunicação de forma crítica, significativa, reflexiva e ética nas diversas práticas sociais... para se comunicar, acessar e disseminar informações, produzir conhecimentos, resolver problemas...” exercitando a curiosidade intelectual, senso de investigação seguindo sempre o que a própria Base Nacional Comum Curricular orienta (BRASIL/BNCC, 2017, p. 09).

Ao pesquisar sobre este tema, aparecem os influenciadores digitais de forma mais tímida há alguns poucos anos, mas cresceram de uma tal forma que, atualmente, alcançam até mesmo patamar mais alto do que artistas dos meios de comunicação de massa. A indústria cultural, como bem apontou Morin (1984), produziu uma série de celebridades em decorrência das possibilidades trazidas pelos meios de comunicação de massa. Ao atingir um grande número de pessoas, os comunicadores de massa faziam-se conhecer por milhares e com isso abria-se a oportunidade de trabalharem no sentido de influenciar seus admiradores, tanto no campo ideológico, político, social e também comercial.

De uma forma ou de outra, o certo é que os influenciadores digitais têm obtido, cada vez mais, poder de influência sobre seus seguidores. Seja para comprar um produto, seja para adorar uma marca, seja ainda para atacar uma instituição ou pessoa, a massa de seguidores acaba fazendo o que lhe é indicado, o que pode ser bom para uns, perigoso para outros. (RESENDE, 2020).

¹ Graduada em Direito, Computação e Pedagogia; Professora da Base Técnica da SECT-PB; karynsousa@gmail.com.



Nesse contexto, este trabalho busca fazer uma contribuição na área de educação midiática. Para tal, foi desenvolvido um projeto para documentar e analisar um influenciador (ou autor digital como divulgador científico, artista, escritor etc.) com forte presença nas redes sociais. Com o propósito de examinar o contexto, o propósito, os valores e as escolhas do influenciador e suas mensagens, como forma de partilhar experiências realizadas na pesquisa e dos materiais produzidos durante o projeto.

Assim, este trabalho pode fazer com que os alunos refletissem sobre o poder dos influenciadores e de que forma eles utilizam as redes sociais, e debater sobre nossas próprias possibilidades e responsabilidades enquanto autores.

METODOLOGIA (OU MATERIAIS E MÉTODOS)

O projeto teve como foco oferecer aos alunos da 1ª série do ensino médio técnico em comércio uma análise crítica do papel e as mensagens dos influenciadores. Procurou-se desenvolver experiências personalizadas em que os alunos se tornaram agentes do próprio aprendizado e controlavam suas decisões ao longo do processo.

Para tanto, toda a pesquisa foi feita em duas etapas, com atividades diferentes, mas complementares, de modo a suprir, aplicar e avaliar as ações bem definidas.

Na **primeira etapa** foi perguntado aos alunos quais influenciadores ou outras personalidades/autores digitais eles acompanhavam em redes sociais e questionando o que mais os atraía nesses canais ou perfis. Depois foi pedido que os alunos se dividissem em grupos e que cada grupo escolhesse um dos influenciadores citados e alguns posts desse influenciador publicado em uma rede social como Twitter, YouTube, Tiktok ou Instagram, para que fizessem uma análise. Assim, deveriam avaliar o maior número de informações que puderem, a partir de questões como: Quem é esse autor e qual o seu propósito nas redes sociais? Quem é a audiência dele? Quais técnicas são usadas para atrair a atenção do público? Quais valores, estilos de vida e pontos de vista estão representados? Como o autor quer que eu me sinta? Ele quer que eu faça algo?

Em seguida, foi pedido aos alunos que compartilhassem suas descobertas sobre influenciadores que usam as redes para promover o bem. Em preparação para a segunda etapa, foi pedido aos alunos que pesquisassem influenciadores e comunicadores que utilizam sua voz para o bem.



Na **segunda etapa** foi realizada uma apresentação pelos alunos sobre influenciadores e comunicadores que utilizavam sua voz para o bem. Após as apresentações, os alunos trabalharam em dupla para desenvolver cartas em estilo “Super Trunfo” sobre as pessoas que escolheram. O objetivo seria fazer um conjunto de cartas apresentando influenciadores que estão utilizando a sua voz e o seu alcance para impactar positivamente a sociedade. Os alunos foram orientados as seguintes etapas: anotar os dados de nome, idade, local de origem, profissão, rede que mais usa, número de seguidores, causa que promove; criar uma ilustração (colagem, desenho ou o que preferir) sobre essa pessoa; colaborar com os seus colegas ao juntar todas as cartas e ver a “Superliga dos Influenciadores do Bem!”.

REFERENCIAL TEÓRICO

A educação midiática deveria estar presente na escola e sala de aula diariamente, pois é uma época onde a comunicação se dá de forma instantânea, mas nem sempre as informações que recebemos através das mídias digitais como as redes sociais são verdadeiras, como Branco (2016, p. 60).

Como Moreno (2019, p. 14) escreveu “As redes sociais tornaram fontes de informação cada vez mais consultadas, e mostram-se cada vez menos confiáveis.” Há claramente uma necessidade imediata que a educação midiática seja introduzida em nossas escolas.

As redes sociais são usadas de várias formas, com caráter informativo, acadêmico, de entretenimento entre outras. As informações chegam a todos da mesma forma. Contudo, a maioria dos adolescentes não tem a “bagagem de vida” experiências e conhecimentos que um adulto supostamente possui para interpretar a mesmas informações de forma coerente e até mesmo selecionar aquelas que podem ser úteis daquelas que prejudiciais ao desenvolvimento.

Ao analisarmos os influenciadores digitais, encontramos aproximações com as duas categorias. Aqueles que advém da ideia de formadores de opinião verticais são artistas, intelectuais, jornalistas, líderes, políticos, enfim, aqueles que acabam indo dos meios em que trafegam (jornais, revistas, câmera, senado, escola, etc.) para as redes sociais digitais. Com isso, acabam transferindo para os meios digitais a reputação e o reconhecimento que possuem fora do ambiente digital. Contudo, existem também aqueles que se notabilizam em suas comunidades, em seus meios de convívio e acabam transportando isso para seus perfis em redes sociais. (RESENDE, 2020).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A pesquisa foi organizada para que as atividades fossem executadas em dois momentos. No primeiro momento que os alunos refletissem sobre o alcance e o poder que tem um influenciador, e de que forma eles utilizam esse privilégio. Questionando se todos os influenciadores analisados pelos alunos utilizavam seus canais para disseminar mensagens positivas e/ou contribuir para uma sociedade melhor.

No segundo momento foi promovido uma reflexão entre os alunos para que eles compartilhem os principais desafios de ser um produtor de conteúdo e de que maneira é possível construir uma relação empática e respeitosa com o público para comunicar sua mensagem. Ao final foi discutido sobre o poder que é comandar a atenção de um grande público, e o que podemos/devemos fazer com esse poder.

Ao final dos momentos foram criados trabalhos em formatos digitais daquilo que foi vivenciado pelos alunos, os trabalhos feitos foram nos formatos de cartazes e desenhos, para exibi-los em uma exposição, publicado em um site. O objetivo foi dar visibilidade a esse trabalho e promover o uso saudável e fortalecedor das redes.

Esse projeto de educação midiática exposto pela docente traz três eixos principais: Ler, Escrever e Participar. Onde, sendo o ler de forma reflexiva, se expressar de forma criativa e participar de forma segura, responsável e consciente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao assumirmos que vivemos um momento de convergência e, sobretudo, em uma cultura cada vez mais midiaticizada, alguns fenômenos ligados ao contexto digital tomam lugar de importância na sociedade. Neste projeto, trabalhamos o fenômeno dos influenciadores digitais, figuras que vêm ganhando cada vez mais espaço na sociedade e aproximamos do contexto dos alunos.

A partir daí, com esses conhecimentos espera-se que os alunos tenham adquirido conhecimentos como: a fluência digital, análise crítica da mídia e letramento da informação, para utilizar no seu dia a dia.

Palavras-chave: Educação Midiática; Influenciadores Digitais; Educação; Tecnologia.



AGRADECIMENTOS

Agradecimento ao trio gestor e aos alunos da 1ª série do ensino médio técnico em comércio da ECIT João Roberto Borges de Souza.

REFERÊNCIAS

BRANCO. **Fake News e os Caminhos para Fora da Bolha**. Interesse Nacional. Agosto–Outubro, 2017. Disponível em: <https://itsrio.org/wp-content/uploads/2017/08/sergio-fakenews.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2022.

BRASIL. Ministério da Educação. **Base Nacional Comum Curricular (BNCC)**. MEC, CNE. 2018. Disponível em: < <http://basenacionalcomum.mec.gov.br/abase/>> Acesso em: 17 de jun. 2022.

CECILIO. NOVA ESCOLA. **Educação Midiática e BNCC: saiba como aplicar com a sua turma**. Disponível em: <https://novaescola.org.br/conteudo/18420/como-trabalhar-educacao-midiatica-em-sala-de-aula> Acesso em: 17 de jun. 2022.

MORENO, T, C. **Fake News Wars Uma análise da mobilização do Movimento Brasil Livre no Facebook contra as agências de fact-checking Lupa, Aos fatos e O Truco**. Faculdade de letras universidade do Porto. 2º CICLO DE ESTUDOS, 2019. Disponível em: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/127343/2/401126.pdf>. Acesso em: 17 jun. 2022.

MORIN, E. **Cultura de massa no século XX: o espírito do tempo 1**. Neurose. RJ: Forense Universitária, 1984.

PRENSKY, M. **Digital Natives Digital Immigrants**. In: PRENSKY, Marc. On the Horizon. NCB University Press, Vol. 9 No. 5, October (2001a). Acesso em 20 de jun. 2022.

RESENDE, Vitor Lopes. **Professores ou Influenciadores Digitais? Refletindo sobre o uso das mídias digitais como complemento do ensino durante a pandemia de Covid-19**. Instituto Federal do Amapá (IFAP). 2020.