

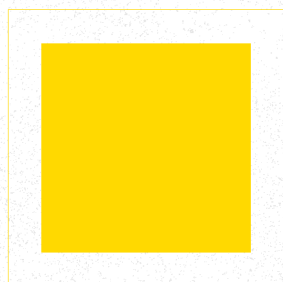
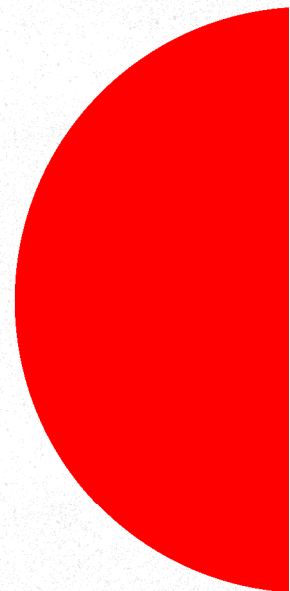
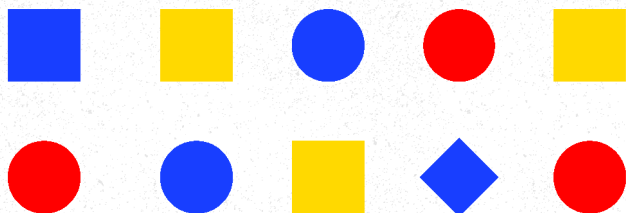
*Estratégia
Brasileira de*
**EDUCAÇÃO
MIDIÁTICA**



1ª versão – 2023

SECRETARIA DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL





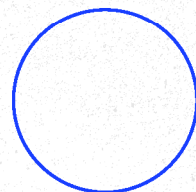
Estratégia Brasileira de Educação Midiática

Produzido por

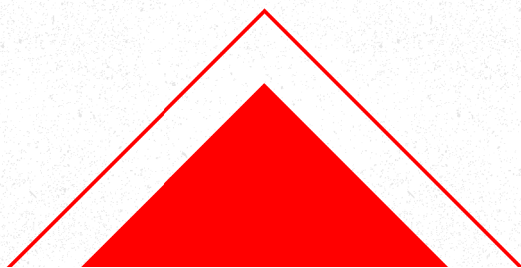
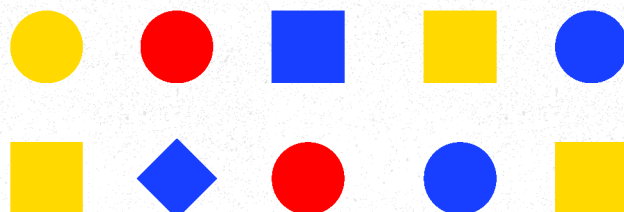
Coordenação-Geral de Educação Midiática
Departamento de Direitos na Rede e Educação Midiática
Secretaria de Políticas Digitais

Secretaria de Comunicação Social da Presidência da
República

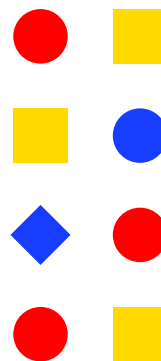
Outubro de 2023



SECRETARIA DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL



Sumário



Apresentação 4

1. Introdução 6

- 1.1 Contexto atual..... 6
- 1.2 Educação midiática em um mundo cada dia mais digital..... 9
- 1.3 Educação midiática para crianças e adolescentes..... 14
- 1.4 Educação midiática para pessoas adultas e idosas 17
- 1.5 Inteligência artificial e educação midiática..... 18

2. Missão, Visão e Objetivos 22

3. Eixos de atuação 24

- 3.1 Educação midiática na educação básica 24
- 3.2 Formação e qualificação continuada de profissionais da educação e multiplicadores..... 27
- 3.3 Parcerias com sociedade civil, academia e iniciativa privada..... 28
- 3.4 Campanhas educativas..... 31
- 3.5 Uso consciente de telas e dispositivos digitais por crianças e adolescentes..... 32
- 3.6 Participação social..... 33

4. Referências 35

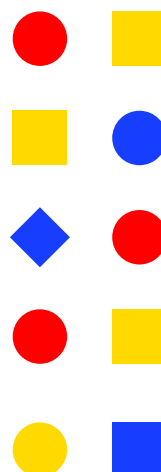
Expediente 39



O processo de formulação e implementação de políticas públicas é dinâmico e cíclico, de modo que pretendemos apresentar novamente esta Estratégia,

reformulada, no ano de 2025. Lá constarão, entre outros elementos: contexto e diagnóstico da educação midiática no país, princípios para a educação midiática, diretrizes para a política pública e eixos de atuação com detalhamento de planos de ação, incluindo a apresentação de resultados alcançados até então e de metas e marcos previstos para os anos seguintes. Tudo a ser construído em conjunto com a sociedade, assegurando a participação de sujeitos e grupos historicamente excluídos dos espaços decisórios.

Esperamos que este documento e as políticas públicas que ele apresenta possam contribuir para a construção de uma sociedade mais consciente, crítica e democrática!



1.1 Contexto atual

A onipresença das plataformas digitais no cotidiano provocou mudanças estruturais na comunicação. Houve fragmentação do público e descentralização na produção e compartilhamento de conteúdos. Em vez de poucos canais de informação e lazer, surgiu uma nova variedade de opções para entretenimento, notícias e expressão pessoal. Com isso, muitas pessoas deixaram de ser meras espectadoras e passaram também a produzir conteúdos nas plataformas.

Diante desse novo cenário, a educação para mídias passa a ir além do olhar para a recepção e análise crítica da informação. Como os usuários agora são também produtores e compartilhadores de conteúdo, eles desenvolvem novas competências ao usar dispositivos tecnológicos no cotidiano. Assim, torna-se necessário abranger também a relação dialógica produção-consumo em um contexto de convergência midiática.

Importante destacar, a esse respeito, que a desigualdade socioeconômica impacta profundamente a agência das pessoas no ambiente digital emergente, de modo que a mencionada transformação no ecossistema comunicacional reforçou assimetrias e relações de dominação na sociedade brasileira. A esse respeito, dados do CETIC (2021) indicam que indivíduos da elite econômica são os principais agentes envolvidos na produção e circulação de conteúdo. Somados, apenas 30% dos usuários das classes A e B afirmaram não fazer download, criar ou compartilhar conteúdo na web, enquanto quase 70% dos usuários das classes C, D e E afirmam não fazer tal uso na rede.

No ambiente digital governado pelas Big Techs, a tecnologia atua no sentido de direcionar e delimitar o nosso acesso. As redes sociais personalizam o que vamos receber, oferecendo recortes da realidade que podem influenciar ou manipular opiniões e comportamentos. Elas se inserem na chamada “economia da atenção”, com algoritmos inteligentes alimentados por nossos dados pessoais em cada camada da interação com os aplicativos, buscando maximizar o tempo colado às telas dos celulares, direcionando conteúdos de publicidade personalizados para cada um de nós.

Conteúdos sensacionalistas, que mobilizam fortes emoções e expressam compreensões simplistas e radicalizadas sobre a realidade e especialmente sobre temas de Direitos Humanos, são aqueles que geram maior atenção e engajamento, objetivos almejados pelas plataformas em virtude de seu modelo de negócios. Assim, o mesmo ambiente digital que possibilitou novos espaços de participação e oportunidades (ainda que distribuídos desigualmente), também se tornou, nos últimos anos, um campo fértil para a ampla circulação e consumo de conteúdos nocivos, como a desinformação e os discursos de ódio.

Muitas vezes, esses conteúdos são propagados por grupos organizados que desenvolvem ações coordenadas para alcançar seus interesses, sejam eles políticos, econômicos, eleitorais. Para tanto, são adotadas estratégias multiplataformas e multimídia variadas, que contam com mecanismos automáticos de difusão em massa de conteúdos nocivos e desinformativos. Esses conteúdos podem ameaçar a liberdade de criação e de expressão individual e coletiva, contribuindo para o

crescimento da violência, o extremismo e a intolerância, inclusive vitimando crianças e adolescentes, bem como recrutando-as para a prática de ações de ódio.

É importante reiterar que a proliferação do ódio e da desinformação, tanto online quanto off-line, prejudica toda a população. Ao reforçar preconceitos e fortalecer os movimentos extremistas, polariza as discussões e desgasta as relações entre os atores da sociedade em diversos espaços e contextos, sobretudo nas famílias. Ela nos priva do direito coletivo de receber informações confiáveis, afeta a confiança entre as pessoas e nas instituições, e provoca danos reais e concretos, como pudemos observar nos atos golpistas de 8 de janeiro e nas recentes tragédias em escolas brasileiras.

Durante a pandemia de Covid-19, a disseminação de desinformação contribuiu para milhares de mortes. Atualmente, os discursos de ódio continuam a fazer vítimas diárias, especialmente entre os setores mais vulneráveis da população. A partir da premissa de que a proteção da liberdade de expressão não abrange a promoção do discurso de ódio, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e Cultura (UNESCO) publicou o [documento](#) *Safeguarding freedom of expression and access to information: guidelines for a multistakeholder approach in the context of regulating digital platforms* (UNESCO a, 2023), fruto da conferência Internet for Trust: Towards Guidelines for Regulating Digital Platforms for Information as a Public Good. Em seu texto, o documento afirma ser fundamental e urgente organizar esforços para “lidar com o conteúdo potencialmente nocivo que pode prejudicar a democracia e os direitos humanos – exemplos atuais incluem ódio a grupos definidos, incitação à violência, assédio, desinformação e hostilidade dirigida a mulheres, grupos raciais e minoritários, defensores dos direitos humanos ou grupos vulneráveis” (UNESCO a, 2023).

O ecossistema da desinformação e do discurso de ódio tem como outra consequência o descrédito no trabalho da imprensa profissional e, em especial, ataques a jornalistas mulheres. Segundo pesquisa realizada pela Associação Gênero e Número em parceria com a ONG Repórteres sem Fronteira (2022), 41,9% das mulheres jornalistas já sofreram violência online devido à sua profissão. 53,1% informaram que a violência sofrida impactou em sua rotina laboral, e 14,7% afirmaram ter desenvolvido algum tipo de “problema mental”. Não bastassem esses dados, a pesquisa ainda revelou que, das violências de gênero praticadas contra jornalistas, 68% se originam em meios digitais.

Outras preocupações centrais dizem respeito à relação entre tecnologia e desigualdade social. A ausência de acesso à conectividade significativa resulta em uma nova forma de exclusão em um mundo digitalizado, indicando a necessidade

de políticas para a democratização de acesso que apontem também para a superação dos limites causados pela dependência da conexão móvel e pelo zero rating (prática pela qual as operadoras de telefonia móvel permitem o acesso “ilimitado” a apenas alguns aplicativos, desconsiderado para efeitos de consumo da franquia).

A exclusão digital e os efeitos dos conteúdos nocivos que inundam as redes atingem sobretudo os segmentos mais vulnerabilizados da sociedade e/ou com menos acesso à conectividade significativa, a exemplo de pessoas negras, população LGBTQIAP+, crianças e adolescentes, pessoas idosas, pessoas com deficiência, pessoas migrantes e refugiadas e outros grupos. Comunidades formadas por populações rurais, indígenas, quilombolas, favelas e periferias, também são aquelas que sofrem com maior intensidade as consequências da desinformação, discursos de ódio e exclusão digital, uma vez que diversas camadas de desigualdade se sobrepõem à precariedade no acesso à educação e, em particular, ao letramento midiático e digital.

Ainda assim, apesar da extrema complexidade que aparece ao se dirigir um olhar mais holístico para o ambiente midiático e o contexto econômico, político e social que o cerca, a partir do Brasil, a dimensão dos desafios nomeados não deve resultar em desencorajamento. Antes, deve servir como premissa para a construção de políticas públicas consistentes, orientadas à superação das desigualdades e promoção de direitos, o que se mostra especialmente relevante quando o Estado brasileiro apresenta pela primeira vez à sua população os contornos de uma estratégia nacional de educação midiática - que deve se somar a outras estratégias e políticas públicas orientadas à soberania digital para a construção de um país mais justo, igualitário e solidário.

1.2 Educação midiática em um mundo cada dia mais digital

Historicamente, a expressão ‘educação midiática’ tem sido empregada, ao lado de outros termos como ‘educomunicação’, ‘mídia-educação’ e ‘alfabetização midiática’, para designar um conjunto de movimentos (ou práticas específicas dentro desse conjunto) que fazem uso de estratégias e ferramentas multidisciplinares cujo primeiro desafio se estabelece justamente em sua definição, sendo possível, porém, pontuar algumas características comuns às diferentes abordagens.

É certo que a educação midiática não se limita à compreensão e participação crítica no ambiente digital, estando relacionada também com produtos de mídia de revistas e jornais impressos, conteúdos televisivos, entre outros. Todas as mídias devem ser consideradas nos processos educativos, especialmente aquelas que atravessam concretamente as vivências dos sujeitos envolvidos. Os desafios que a transformação digital representa também devem ser tratados a partir das realidades concretas, sendo o enfoque nas mídias digitais uma decorrência da enorme presença que hoje as novas tecnologias de comunicação, em constante transformação, assumiram nas relações sociais e no cotidiano das pessoas.

Contribuições da Educomunicação



*Estratégia Brasileira
de Educação Midiática*

Sociedade, mídias digitais e democracia

Partindo dessas perspectivas, as ações de educação midiática devem incidir na relação entre a sociedade e as mídias, com impacto na sustentação da democracia, uma vez que pessoas midiaticamente educadas compreendem a importância da pluralidade de vozes em circulação e entendem sua responsabilidade ao interagir com informações, seja como consumidores ou produtores. Assim, é possível aprofundar a compreensão sobre liberdade de expressão em sua dimensão individual e coletiva, e sobre a responsabilidade ética dos meios de comunicação.

11

Transversalidade na Educação Básica

A educação para as mídias deve ser pautada a partir de uma visão transversal a outros processos de aprendizagem. Na educação básica, é essencial que se dê atenção à formação de gestores e educadores para que a escola possa desenvolver os temas da educação para as mídias de forma integrada ao currículo, transversalmente, promovendo também uma maior aproximação entre a aprendizagem e a cultura digital.

Tal visão está alinhada com a Base Nacional Comum Curricular (BNCC), que apresenta referências relacionadas à educação midiática em pelo menos seis de suas competências gerais para a educação básica, com destaque para a de número 5, já na introdução do documento:

“5. Compreender, utilizar e criar tecnologias digitais de informação e comunicação de forma crítica, significativa, reflexiva e ética nas diversas práticas sociais (incluindo as escolares) para se comunicar, acessar e disseminar informações, produzir conhecimentos, resolver problemas e exercer protagonismo e autoria na vida pessoal e coletiva.” (BRASIL, 2023)

Mais recentemente, a Política Nacional de Educação Digital (PNED, Lei nº 14.533/2023), instituída pelo presidente Lula em 11 de janeiro de 2023, estipulou também estratégias prioritárias sob a perspectiva de inclusão digital com enfoque em uma perspectiva informacional e cidadã, que vão além do ensino formal:

I - promoção de competências digitais e informacionais por intermédio de ações que visem a sensibilizar os cidadãos brasileiros para a importância das competências digitais, midiáticas e informacionais;

(...)

III - treinamento de competências digitais, midiáticas e informacionais, incluídos os grupos de cidadãos mais vulneráveis;

(Art. 2º, PNED)

Educação midiática para além do ambiente formal de aprendizado

A educação midiática deve ser promovida, também, para além da escola. Ela precisa alcançar adolescentes e jovens que se encontram fora do sistema formal de ensino, e é preciso que as habilidades de pensamento crítico em relação às mídias sejam desenvolvidas também entre populações adultas, inclusive pessoas idosas, especialmente em grupos vulnerabilizados e/ou com acesso precário às mídias digitais, bem como entre formuladores de políticas públicas, profissionais de mídia, servidores da Saúde, Assistência Social e Justiça, entre outros grupos sociais. A educação popular tem um importante papel a desempenhar nesse desafio.

Diante dos desafios relacionados ao contexto da produção, circulação e consumo de informações em ambientes de plataformas digitais e fora delas, é imprescindível lançar um olhar a partir da educação midiática também sobre a atividade de produção jornalística. A partir da inserção intensiva das tecnologias digitais, o jornalismo se abre para uma participação mais efetiva das audiências na construção das narrativas, o que amplia as versões dos fatos relatados.

Diante das novas possibilidades criadas pelas tecnologias digitais, grupos até então marginalizados no fluxo de produção e circulação de conteúdos, receptores de informações, passaram a produzir suas próprias notícias, ancoradas numa compreensão da importância dos territórios periféricos para a percepção das realidades, envoltas em suas diversidades. Iniciativas de jornalismo independente vislumbram dinâmicas que apontam para uma relação dialógica ‘comunicante’ com seu público, incorporando em suas rotinas de trabalho elementos concretos de educação midiática, impelidos por uma compreensão valorativa dos saberes sociais periféricos.

É importante ressaltar, porém, que vivemos ainda em um país em que há desertos de notícias concentrados em determinadas regiões, como Norte e Nordeste, e uma concentração da mídia em pequenos grupos familiares. Da mesma forma, em centros urbanos, grupos e coletivos de comunicação popular e periférica sofrem com falta de estrutura e incentivos para propiciar uma atuação sustentável. Assim, políticas associadas à educação midiática devem buscar também incentivar movimentos autônomos de comunicação, para a promoção de uma pluralidade de vozes dentro e fora do espaço online.

O desenvolvimento de uma política sólida, abrangente e crítica de educação midiática aparece, assim, como uma medida necessária e urgente para o

fortalecimento da democracia brasileira. Pessoas com habilidades desenvolvidas pela educação midiática podem fazer escolhas críticas baseadas em informações seguras e confiáveis, se engajando em interações e produzindo debates de forma igualitária, exercendo e promovendo plenamente a liberdade de expressão e o diálogo (UNESCO b).

1.3 Educação midiática para crianças e adolescentes

Crianças e adolescentes devem ser considerados como atores prioritários nas políticas de educação midiática, especialmente tendo em vista que esse público, que possui o direito a buscar, receber e difundir informações, já corresponde a um terço dos usuários da internet em nível global (UNICEF, 2023). A esse respeito, o Comitê sobre os Direitos da Criança do Alto Comissariado das Nações Unidas para os Direitos Humanos (ACNUDH) destaca, em seu Comentário Geral nº 25 sobre os Direitos das Crianças em relação ao ambiente digital (ACNUDH, 2021) a importância do uso pleno e qualificado das tecnologias, entendendo que os conteúdos são elaborados por indivíduos com uma agenda de interesses específicos e que devem, portanto, ser recepcionados de forma crítica.

A título de exemplo, um recente estudo da Ofcom, agência reguladora do Reino Unido, atestou que crianças e adolescentes britânicos estão consumindo muitos vídeos on-line “dramáticos”, que parecem “projetados para maximizar a estimulação, exigindo esforço e foco mínimos” (OFCOM, 2023), além de destacar que quase todas as crianças e adolescentes de 3 a 17 anos assistem a vídeos em sites e aplicativos de compartilhamento de vídeos (96%).

No Brasil, a pesquisa Kids Online identificou que 92% das crianças e adolescentes de 9 a 17 anos são usuárias de Internet. Isso corresponde a cerca de 24 milhões de pessoas, revelando que jovens brasileiros interagem com as tecnologias digitais cotidianamente e as têm cada dia mais como parte integrante de suas vidas (KIDS ONLINE BRASIL, 2023). Nesse universo, 86% das crianças e adolescentes informaram possuir perfil em redes sociais (o que significa aproximadamente 21 milhões de pessoas). Ainda segundo a pesquisa, essa significativa participação em redes sociais está presente em todas as faixas etárias, atingindo praticamente a totalidade de usuários de Internet de 15 a 17 anos (96% de usuários, segundo a pesquisa).

Esse percentual é significativo sobretudo se considerarmos o impacto da desigualdade social na exclusão digital, indicando que práticas como a do zero rating podem facilitar o acesso a serviços como os de mensageria, mas limitam a abrangência e qualidade no acesso à internet por esse público, com impactos negativos para o acesso a entretenimento, lazer, saúde, educação e cultura e, em particular, para a capacidade de buscar informações confiáveis e checar a confiabilidade de determinadas fontes. Segundo a TIC Domicílios 2022, somente 37% das pessoas costumam checar informações quando seu acesso se dá apenas por dispositivos móveis (CGIB, 2023).

Outra pesquisa realizada pela Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) indica que sete em cada dez jovens de até 15 anos no Brasil não são capazes de distinguir fatos de opiniões (OCDE, 2021). Ou seja, ainda que essa parcela da população seja considerada “familiarizada com o mundo digital em relação a gerações anteriores” por sua habilidade no manuseio das tecnologias, muitas vezes crianças e adolescentes não possuem habilidades e repertório para interpretar e identificar a publicidade, desinformação ou conteúdos criminosos que circulam nas redes.

Ainda, segundo a TIC Kids Online 2022, 43% das crianças e adolescentes de 11 a 17 anos acreditam que o primeiro resultado de uma pesquisa da Internet é sempre a melhor fonte de informação, o que indica um forte desconhecimento sobre a economia digital e o impulsionamento pago dos resultados. Nota-se, assim, uma particular vulnerabilidade desse público no meio digital, estando especialmente sujeitos, por exemplo, à cooptação por grupos de extremismo violento por meio de interações virtuais, em jogos, redes sociais ou fóruns de discussão.

Na busca por auxiliar crianças e jovens a enfrentar esses desafios, muitos educadores brasileiros buscam desenvolver o consumo e a produção crítica e responsável de mídias pelos estudantes. 56% dos professores entrevistados para o estudo TIC Educação (2020) já trabalhou com conteúdos sobre educação para as mídias em sala de aula, mas apenas 20% deles dizem se sentir bem preparados para ensinar sobre o tema. Outra pesquisa recente, realizada no fim de 2022 pelo Instituto Palavra Aberta, corrobora esses dados. Trata-se do estudo “Professores, mídias e informação: o repertório de docentes para a prática da educação midiática”, que revela que fake news é um tema de preocupação para 73% dos entrevistados, mas apenas 41% deles se sentem preparados para lidar com o desafio que elas representam na sociedade. Esses dados reforçam a necessidade de se implementar políticas públicas que deem suporte aos educadores, além de levar em consideração que as novas realidades de inteligência artificial, análise de dados e algoritmos no meio digital demandam constantemente novas habilidades e, portanto, novos letramentos.

A interação no meio digital tem também papel fundamental nos processos democráticos, como no próprio acesso à educação, participação social e exercício da cidadania. Promover o uso seguro e crítico da Internet por crianças e adolescentes constitui, portanto, não apenas uma necessidade urgente, mas um desafio: formular políticas que garantam um ambiente digital saudável, equilibrando garantias de segurança e privacidade com a liberdade de expressão.

Nesse sentido, em consonância com a Organização das Nações Unidas, em seu Comentário Geral nº 25 sobre os Direitos das Crianças em relação ao ambiente digital, entende-se que crianças e adolescentes devem ser protegidos na Internet, e não da Internet, considerando-se o papel central que a tecnologia e o acesso à informação pelos meios digitais têm na vida e no desenvolvimento de crianças e adolescentes. Um processo que, por meio da educação midiática, possibilita o aprendizado e desenvolvimento de habilidades para o exercício da cidadania. A habilidade de checar fontes de informação e reconhecer notícias falsas, por exemplo, tornou-se fundamental para qualquer estudante do Ensino Médio.

É importante entender a proteção como parte do tripé dos direitos da criança e adolescente, que também deve se apoiar no direito à provisão e participação, como parte da estrutura holística, estabelecida pela convenção dos direitos da criança. Os direitos de provisão dizem respeito aos recursos necessários para a sobrevivência das crianças e seu desenvolvimento em todo o seu potencial. Os direitos à proteção dizem respeito à ampla gama de ameaças à dignidade das crianças, sobrevivência e desenvolvimento. Os direitos de participação permitem que as crianças se envolvam com processos que afetam seu desenvolvimento e capacitá-los a desempenhar um papel ativo na sociedade (Livingstone, S., Carr, J. and Byrne, J. (2016).

É importante destacar que o Marco Civil da Internet estabelece, em seu Art. 26, que “o cumprimento do dever constitucional do Estado na prestação da educação, em todos os níveis de ensino, inclui a capacitação, integrada a outras práticas educacionais, para o uso seguro, consciente e responsável da internet como ferramenta para o exercício da cidadania, a promoção da cultura e o desenvolvimento tecnológico”. Diante desse contexto e, ainda, do disposto na BNCC e na PNED, a SECOM compreende as ações de educação midiática voltadas a crianças e adolescentes como prioritárias na estratégia de desenvolvimento de políticas digitais, de promoção e proteção de direitos desse público e, ainda, no fortalecimento da democracia brasileira.

1.4 Educação midiática para pessoas adultas e idosas

Por envolver públicos com características distintas de crianças e adolescentes, a educação midiática para pessoas adultas requer estratégias específicas. A era de comunicações digitalizadas trouxe desafios para a população adulta, especialmente no que diz respeito aos modos de lidar com a informação nos meios digitais, constituindo um cenário propício para a disseminação de desinformação e a perpetuação de fraudes.

Segundo estudo realizado pelo Poynter Institute (2022), cerca de 43% dos brasileiros afirmaram já ter compartilhado informações falsas acidentalmente. Outro dado da mesma pesquisa mostra que, diferente das gerações mais novas, pessoas adultas em idades mais avançadas apresentam maior relutância em corrigir pessoas que compartilham desinformação quando se deparam com elas online.

O contexto tem impacto negativo no desenvolvimento de políticas sociais, a exemplo da saúde. Somadas as mensagens compartilhadas pelo Facebook, whatsapp e telegram, arrativas de desinformação antivacina chegaram a mais de 32 mil mensagens compartilhadas entre fevereiro e março de 2023, segundo relatório do Laboratório de Estudos em Internet e Mídias Sociais da UFRJ, o NetLab (2023). Ainda em 2020, a cientista-chefe da Organização Mundial de Saúde (OMS), Soumya Swaminathano, chegou a afirmar que havia uma “infodemia” em curso, dado o volume de informações falsas sobre saúde disseminadas na rede (AGÊNCIA BRASIL, 2023).

O cenário torna-se ainda mais preocupante ao considerarmos que uma parcela significativa da população brasileira possui baixos índices de letramento, o que a torna mais vulnerável a conteúdos nocivos no meio digital. Dados do Indicador de Analfabetismo Funcional (INAF, 2018) indicam que cerca de 30% da população entre 15 e 64 se enquadra como analfabetos funcionais. Não obstante, mesmo com limitações em habilidades funcionais de letramento, parte deste grupo relata ser usuária de plataformas digitais: 86% usam o Whatsapp e 72% são usuários do Facebook (INAF, 2018).

De forma análoga ao cenário mapeado com crianças e adolescentes no meio digital, também é essencial o desenvolvimento de habilidades para a compreensão crítica da informação e das mídias digitais entre adultos. Essa população deve ser educada para discernir informações confiáveis, identificar notícias falsas, participar do ambiente midiático com autonomia e consciência e proteger-se contra fraudes online.

A educação midiática para adultos deve ser inclusiva, acessível e adaptada às necessidades específicas dessa população, levando em consideração o contexto, a linguagem e o histórico dos diversos grupos da população (por exemplo, a população 60+ que carece de espaços formais para discutir aspectos da cultura digital, comportamentos e cuidados ao lidar com e produzir informação nesse âmbito).

Essas habilidades devem ser desenvolvidas por meio de ações de educação midiática específicas e direcionadas em espaços formais e informais de ensino, com destaque para a Educação de Jovens e Adultos (EJA) e a educação popular, de modo que todo cidadão brasileiro possa ter acesso a informações de forma segura e eficaz para exercer sua cidadania digital.

1.5 Inteligência artificial e educação midiática

A ascensão galopante de sistemas de inteligência artificial representa um grande desafio para a educação midiática. Algoritmos complexos são empregados há anos por grandes plataformas digitais para oferecer recomendações personalizadas de conteúdo e microdirecionar publicidade com base em nossos dados. No entanto, o funcionamento desses sistemas, utilizados diariamente por dezenas de milhões de brasileiros, não é transparente, dificultando a capacidade dos usuários de interpretar criticamente as mídias e compreender com plenitude o contexto e o significado dos conteúdos com que interagem.

Ou seja, a experiência cotidiana dos usuários de redes sociais é marcada pelo desconhecimento a respeito do funcionamento dos algoritmos de inteligência artificial que, orientados por lógicas e interesses empresariais, personalizam o que vemos nos expondo a recortes seletivos da realidade, direcionando comportamentos e moldando nossas opiniões. Esses algoritmos também incentivam o consumo através de funcionalidades invisíveis e priorizam e reforçam engajamento com conteúdos enviesados, ofensivos ou violentos, podendo inclusive empurrar determinados indivíduos mais suscetíveis para ambientes – e ações – extremistas.

As redes sociais se apresentaram ao mundo como plataformas capazes de promover a pluralidade de vozes, ampliar a conexão de pessoas e grupos e facilitar o acesso a consumidores por empresas de pequeno e médio porte. Sem transparência e sem responsabilidade social em seus algoritmos de inteligência artificial, observamos que a busca pelo maior engajamento possível dos usuários trouxe outras consequências indesejadas, conforme as previsões de especialistas

Educar para as novas dinâmicas sociotécnicas implica reconhecer que as tecnologias não são neutras, e incorporam valores daqueles que as criam ou programam; que seus efeitos são ecológicos, impactando e redefinindo relações sociais e econômicas; e que, agindo sobre sociedades desiguais, podem amplificar exponencialmente as injustiças sociais e a exclusão.

Se for capaz de incorporar esses novos letramentos em suas práticas pedagógicas, a educação midiática poderá desenvolver as habilidades necessárias para que as pessoas possam perceber, questionar e influenciar o comportamento dos sistemas tecnológicos e as dinâmicas entre tecnologia e sociedade no exercício da sua cidadania e participação política. Em especial, ela poderá transmitir conhecimentos críticos sobre dinâmicas que promovem imagens inalcançáveis ou vulnerabilizam determinados grupos, sobre vieses ou exclusões refletidos na produção das IAs generativas e, ainda, sobre os mecanismos de engajamento e de atenção que favorecem conteúdos que segregam, ofendem e desestabilizam as sociedades. Assim, atividades em sala de aula ou em espaços de ensino informal podem levar crianças, adolescentes e adultos a explorar as formas de funcionamentos dos algoritmos que moldam o resultados de nossas buscas na internet; podem questionar a ética dos sistemas de previsão e recomendação, ou ainda o design por trás das interfaces das redes sociais que utilizam.

Os anos seguintes virão acompanhados de uma transformação ainda mais disruptiva com as capacidades emergentes esperadas nas próximas gerações de modelos de linguagem e multimodais, hoje já incorporados em aplicativos de conversação, tradução simultânea e criação automática de conteúdos multimídia. A esse respeito, ao mesmo tempo em que reconhece que a tecnologia emergente deve contribuir imensamente em áreas como saúde, meio ambiente e crescimento econômico, o Center for Humane Technology, organização sem fins lucrativos sediada nos EUA com atuação no campo de tecnologia e sociedade, destaca que a corrida pela oferta de novas capacidades de IA no mercado, sem considerar adequadamente suas implicações éticas e sociais, terá enormes impactos negativos na sociedade. Entre as consequências que potencialmente serão observadas no curto prazo está o crescimento exponencial da desinformação (inclusive com deep fakes), extremismo, fraudes, extorsões, pornografia infantil (fake child porn) e crimes em geral no ambiente online.

Diante dos desafios presentes e esperados, será necessário construir uma agenda multisetorial para a definição dos pontos críticos que devem ser endereçados técnica e politicamente para impulsionar o melhor aproveitamento das tecnologias e a mitigação ou eliminação dos grandes riscos relacionados a elas. Por exemplo, devemos buscar que essas ferramentas de inteligência artificial, que em breve

irão intermediar grande parte de nosso contato com o consumo de informações e com o ambiente digital em si, sejam treinadas para fornecer explicações claras e fidedignas sobre seus próprios mecanismos internos de funcionamento. Ainda, como agentes orientadores da experiência humana no ambiente informacional, as empresas que oferecem essas tecnologias devem assegurar que as IAs possam disseminar conhecimento que permita uma compreensão crítica da mídia em meio a um cenário de transformação contínua. Assim, se adequadamente regulados, eticamente treinados e com transparência, parece razoável supor que esses novos sistemas também têm o potencial de trazer benefícios para a compreensão crítica da mídia, como a detecção aprimorada da desinformação, discursos de ódio e outros conteúdos nocivos e ilegais.

Como se pode perceber, o governo lança sua primeira Estratégia Brasileira de Educação Midiática em um momento histórico de profunda revolução tecnológica global. É difícil prever a real dimensão do impacto futuro da IA no ecossistema comunicacional e informacional do país. Por essa razão, é provável que essa estratégia demande revisões em um futuro muito próximo, possivelmente em menos de dois anos.

Nesse intervalo de tempo, será fundamental que educadores, pesquisadores, movimentos sociais, organizações da sociedade civil e gestores públicos estejam em estado de alerta, atualização e escrutínio permanentes frente ao vertiginoso ritmo de transformação impulsionado pela constante evolução da tecnologia de ponta. Serão necessários debates e outras estratégias de mobilização e produção de conhecimento crítico sobre o tema, inclusive sobre os objetivos em torno do desenvolvimento de sistemas de IA e estratégias para que nossa população possa desenvolver sistemas adequados às suas realidades, promovendo a tecnodiversidade. Apenas coletivamente será possível construir caminhos para o fortalecimento da resiliência da sociedade brasileira diante dos riscos que se anunciam.

2. Missão, Visão e Objetivos

Considerando o contexto apresentado, os diferentes públicos a serem alcançados e as complexidades inerentes às dimensões do território brasileiro e à diversidade de sua população, são apresentados abaixo a missão, a visão e os objetivos que orientam estrategicamente as ações desenvolvidas pela Coordenação-Geral de Educação Midiática, órgão vinculado à Secretaria de Políticas Digitais da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República responsável pela formulação, articulação e implementação das ações previstas na presente Estratégia Brasileira de Educação Midiática.

Missão

Promover o desenvolvimento de habilidades e competências em crianças, adolescentes, adultos e pessoas idosas para compreensão, análise, engajamento e produção crítica na experiência com diferentes canais de mídia digital e da informação de forma criativa, saudável, consciente e cidadã.

Visão

Tornar o Brasil um país de referência na promoção de educação midiática para sua população, contribuindo para a integridade da informação, a liberdade de expressão individual e coletiva, o pensamento crítico e a consciência cidadã, a promoção dos direitos humanos, o enfrentamento às desigualdades, discursos violentos e preconceitos, e a diversidade e pluralidade de vozes no ambiente midiático e informacional.

Objetivos estratégicos

- I. Qualificar profissionais da educação e multiplicadores para a educação midiática, promovendo sua formação e qualificação continuada e ofertando recursos e conteúdos pedagógicos adequados aos diferentes públicos e às diversas habilidades e competências a serem desenvolvidas;

- II. Promover o ensino e aprendizagem das habilidades e competências para a leitura e participação crítica na experiência com as mídias em espaços formais e informais, contemplando as diversidades sociais, regionais, raciais, étnicas, religiosas, de gênero e suas interseccionalidades;
- III. Estabelecer parcerias e compromissos com o poder público, academia, sociedade civil, iniciativa privada e organismos internacionais, voltados ao desenvolvimento de campanhas educativas, estudos e pesquisas e outras iniciativas para a promoção e proteção de direitos no ambiente digital e para educação midiática da população brasileira; e
- IV. Conscientizar a sociedade sobre a importância da educação midiática e cultura digital para a cidadania, o protagonismo popular e a democracia, e difundir conteúdos que promovam a educação para o uso consciente, saudável, crítico e seguro das mídias digitais.

3. Eixos de atuação

Os eixos de atuação indicados a seguir estruturam e conferem coerência às diversas iniciativas previstas e em implementação, orientadas para o alcance dos objetivos relacionados à Estratégia Brasileira de Educação Midiática.

São apresentadas ações e projetos voltados à (i) promoção da educação midiática na educação básica, (ii) formação e qualificação continuada de profissionais da educação e multiplicadores, (iii) estabelecimento de parcerias com academia, sociedade civil e iniciativa privada, (iv) desenvolvimento de campanhas educativas, (v) promoção do uso consciente de telas e dispositivos digitais por crianças e adolescentes e (vi) participação social.

3.1 Educação midiática na educação básica

Segundo os princípios da Lei de Diretrizes e Base da Educação (LDB), a efetivação dos direitos educacionais das crianças e adolescentes exige uma ampla gama de medidas, que devem ser trabalhadas de forma transversal. Apontando no mesmo sentido, a Política Nacional de Educação Digital (Lei nº 14.533/2023) prevê promoção de competências digitais, midiáticas e informacionais de forma ampla, crítica, ética e responsável.

Como uma das principais estratégias para o desenvolvimento dessas habilidades, a educação midiática deve ser incluída de forma qualificada na educação básica, em todas suas modalidades, inclusive na educação de jovens e adultos. Ou seja, o ensino de competências e habilidades de educação midiática deve chegar às salas de aula e outros espaços de ensino e aprendizagem com abordagens adequadas ao estágio de desenvolvimento de alunos e alunas, conduzido por profissionais educadores capacitados e instrumentalizados para essa missão, a partir de métodos baseados em evidências e alinhados à promoção dos direitos humanos e à proteção de direitos de crianças e adolescentes no ambiente digital e fora dele.

Considerando suas competências e atuação na promoção do ensino de qualidade para o país, o Ministério da Educação (MEC) é o principal parceiro para o alcance desses objetivos, cabendo à SECOM, por intermédio da Coordenação-Geral de Educação Midiática, tanto as ações de articulação quanto a produção dos subsídios técnicos necessários para o alcance dos objetivos previstos.

A realização das ações deve levar em conta os desafios postos para a educação básica brasileira, considerando, entre outros elementos, a diversidade da população brasileira e das instituições públicas e privadas, bem como as complexidades estruturais presentes no sistema educacional do país. Essas ações se articulam com a Base Nacional Comum Curricular (BNCC), que traz a educação midiática de forma transversal nas competências gerais da educação básica, dentre as quais destaca-se a competência 5, já apontada anteriormente neste documento.

A BNCC prevê ainda o letramento informacional e o desenvolvimento de competências comunicacionais e midiáticas a partir do campo jornalístico-midiático, uma das abordagens temáticas da área de Linguagens, em que estão previstas atividades que aprofundam o conhecimento e a relação de estudantes com gêneros discursivos que permeiam a esfera pública, como os textos jornalísticos e publicitários.

As seguintes iniciativas estão orientadas a promover a educação midiática na educação básica, estimulando e criando as condições para que seja internalizada nas práticas e conteúdos didáticos em todo o país:

- a. Escola em Tempo Integral: o Programa Escola em Tempo Integral, instituído pela Lei nº 14.640 de 31 de julho de 2023, visa fomentar a criação de matrículas em tempo integral em todas as etapas e modalidades da educação básica, na perspectiva da educação integral. Em parceria com MEC, a SECOM atuará no fomento ao desenvolvimento de atividades voltadas à educação midiática na jornada ampliada, a partir da construção de diretrizes técnicas nacionais e de ações de articulação e sensibilização junto às redes de ensino.
- b. Materiais didáticos: em parceria com MEC, objetiva promover a aquisição de materiais didáticos que incluam o ensino de competências e habilidades da educação midiática, com a inclusão do tema nos editais dos Programas Nacionais do Livro e do Material Didático (PNLD) e de Biblioteca na Escola (PNBE), bem como a capacitação dos avaliadores no tema.
- c. Semana Brasileira de Educação Midiática: com sua primeira edição realizada entre 23 e 27 de outubro de 2023, propõe-se a ser um evento anual organizado por SECOM e MEC, em parceria com organizações da sociedade civil, que busca promover a conscientização sobre a importância do tema, incentivando a mobilização e o engajamento da sociedade e,

especialmente, das redes de ensino para o desenvolvimento de atividades de educação para as mídias nas escolas e fora delas, a partir de recursos educacionais disponibilizados na página do evento.

- d. Olimpíadas Educacionais: a Olimpíada contra a Desinformação é um projeto de impacto e larga escala desenvolvido em parceria com o Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação. A iniciativa busca mobilizar, em sua primeira edição planejada para 2024, 400 mil estudantes do ensino médio em atividades científicas que promovam a leitura crítica da mídia e o desenvolvimento de soluções para contextos em que a desinformação e a circulação de notícias falsas crescem exponencialmente, promovendo o exercício da cidadania digital e inspirando a próxima geração de jovens a se tornarem agentes ativos na luta contra a desinformação.
- e. Hackathon: o Hackathon de Combate à Desinformação é outra iniciativa fruto da parceria com o Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação, que passa a integrar o Programa Nacional de Popularização da Ciência (Pop Ciência), tendo entre seus objetivos “combater a desinformação científica por meio de educação científica, midiática e digital”. O primeiro Hackathon, realizado em outubro de 2023, concentrou-se na luta contra a desinformação relacionada à vacinação no Brasil, unindo estudantes da educação básica em busca de soluções criativas. Essa iniciativa visa capacitar as gerações futuras a avaliar criticamente as informações de saúde, fomentando habilidades essenciais. Durante o evento, os participantes trabalham em equipes, colaborando com especialistas no desenvolvimento de ferramentas tecnológicas e estratégias para combater ativamente a desinformação, assegurando a divulgação de informações precisas e confiáveis.
- f. Diretrizes nacionais: elaboração de diretrizes nacionais para o desenvolvimento de práticas educacionais no campo da educação midiática, com previsão de articulação e apoio técnico junto ao Conselho Nacional de Educação e outras instâncias de formulação, articulação e monitoramento de políticas públicas, em áreas como criança e adolescência, juventude, assistência social, saúde, entre outras.

3.2 Formação e qualificação continuada de profissionais da educação e multiplicadores

O avanço vertiginoso das tecnologias digitais e a complexificação do ecossistema de informação demandam investimento urgente na formação e qualificação contínua de profissionais da educação e multiplicadores para a promoção do pensamento crítico e reflexivo diante das mídias.

No âmbito da educação básica, é imprescindível qualificar professores de todos os níveis de ensino para abordar temas relacionados à educação midiática de forma transversal ao currículo. Os docentes precisam desenvolver conhecimentos e habilidades para orientar os estudantes quanto ao consumo consciente, à produção ética e à distribuição responsável de conteúdos digitais. Também devem estar aptos a promover a alfabetização digital, o reconhecimento de notícias falsas, a proteção de dados pessoais e a segurança na rede.

Essa qualificação deve ser permanente e atualizada constantemente, acompanhando as aceleradas transformações provocadas pelas novas tecnologias, como a inteligência artificial, análise de dados e algoritmos. Os professores precisam estar preparados para as mudanças trazidas pela automação, pelos avanços na computação cognitiva e por novas interfaces.

Além da formação docente, é primordial qualificar multiplicadores em diversos segmentos sociais para que se tornem difusores de informações confiáveis e combatam os efeitos nocivos da desinformação. Profissionais de saúde, assistência social, segurança pública, organizações da sociedade civil e lideranças comunitárias podem ser formados em educação midiática e atuar como agentes de transformação positiva em suas respectivas comunidades.

Ao compartilhar habilidades críticas sobre as mídias com diferentes públicos por meio de linguagem acessível e contextualizada, esses multiplicadores contribuem para uma participação cidadã mais consciente no ambiente digital. Eles cumprem um papel central na reversão dos efeitos negativos da infodemia que assola o país.

Desse modo, a qualificação constante de educadores e multiplicadores de diversas áreas é crucial para habilitá-los a enfrentar os complexos desafios trazidos pela disseminação de conteúdos enganosos e prejudiciais na era digital. Somente por meio de esforço coordenado e contínuo será possível promover uma cultura de uso ético, seguro e democrático das mídias.

A seguir são apresentadas as iniciativas previstas para esse eixo de atuação:

- a. Formação inicial: fomento e articulação, direta ou indiretamente, junto às Instituições de Ensino Superior, incluindo universidades públicas e privadas, para projetos de extensão voltados à formação de docentes do ensino básico, bem como apoio à criação de disciplinas e/ou qualificação do ensino de educação midiática em cursos de Pedagogia, Comunicação, Biblioteconomia, Licenciaturas e demais áreas afins, incorporando-a aos currículos.
- b. Qualificação continuada: disponibilização de cursos e outros conteúdos de ensino de qualidade relacionados às diversas competências e habilidades da educação midiática nas plataformas digitais do MEC, a exemplo da Plataforma AVAMEC, para qualificação continuada profissionais da educação de todo o país.
- c. Cursos para multiplicadores: realização de cursos de educação midiática para agentes considerados multiplicadores em potencial, a exemplo de trabalhadores da saúde, assistência social, segurança pública, lideranças comunitárias, atletas, entre outros, em parceria com órgãos públicos, academia e sociedade civil.

3.3 Parcerias com sociedade civil, academia e iniciativa privada

No Brasil e no mundo, diversas iniciativas são desenvolvidas por Organizações da Sociedade Civil (OSCs) no campo da educação midiática. Essas ações têm visado, até hoje, complementar a atuação governamental ou sanar a ausência de políticas públicas no tema, envolvendo uma ampla gama de atividades.

Entre os projetos de interesse público que são ou podem ser desenvolvidos pelas OSCs no campo da educação midiática, podemos destacar: cursos para capacitação de professores, criação de recursos educacionais, oficinas para públicos específicos (jovens, idosos, etc.), campanhas de conscientização, projetos de mídia escolar, mediação de conflitos no ambiente digital, projetos de comunicação comunitária, festivais de cinema e audiovisual, formação de redes de colaboração, criação de plataformas digitais (repositórios de conhecimento), estudos e pesquisas, desenvolvimento de soluções tecnológicas e reconhecimento de boas práticas (prêmios, selos/certificações, etc.).

A SECOM pretende trabalhar em parceria com as organizações da sociedade civil, visando desenvolver novos e impulsionar projetos e ações já existentes de interesse público no campo da educação midiática. As parcerias serão regidas pelo Marco Regulatório das Organizações da Sociedade Civil (MROSC), previsto na Lei nº 13.019, de 31 de julho de 2014, que estabelece o regime jurídico das parcerias entre a administração pública e as organizações da sociedade civil, em regime de mútua cooperação, para a consecução de finalidades de interesse público e recíproco, mediante a execução de atividades ou de projetos previamente estabelecidos em planos de trabalho inseridos em termos de colaboração, em termos de fomento ou em acordos de cooperação.

O instrumento a ser utilizado será o termo de colaboração, voltado à consecução de planos de trabalho de iniciativa da SECOM para celebração de parcerias que envolvam a transferência de recursos financeiros. Além do impacto social decorrente de sua própria implementação, o desenvolvimento dos projetos em parceria com as OSCs permitirá a formação de acúmulos na SECOM sobre o tema, contribuindo para a constante reformulação da própria política nacional de educação midiática.

Além disso, serão estabelecidas uma série de parcerias, sem transferência de recursos, com organizações que atuam na área da educação midiática, de modo a incorporar na política nacional o acúmulo, experiência e leitura crítica do campo, e permitir um maior alcance e efetividade das ações desenvolvidas pela Coordenação-Geral de Educação Midiática.

Também a academia deve ser uma importante parceira na estratégia de educação midiática, especialmente institutos federais e universidades públicas e privadas. Além de apoiar e articular a criação de novas disciplinas, grupos e redes de pesquisa, iniciação científica e projetos de extensão relacionados com a educação midiática, a SECOM buscará apoiar, co-organizar ou incidir para a inclusão do tema em prêmios, eventos e publicações, possivelmente articulando com o apoio de outras instituições parceiras (sociedade civil e/ou organismos internacionais).

Parcerias e compromissos também deverão ser estabelecidas com a iniciativa privada. Importante reiterar, a esse respeito, que as plataformas digitais não são meras espectadoras dos conteúdos que circulam nas redes sociais, incidindo com seus algoritmos no alcance das publicações e realizando moderação nos conteúdos com base em seus termos de uso e nas obrigações presentes nas legislações dos diversos países em que atuam. Devem, portanto, atuar com cuidado, zelo e devida diligência, buscando assegurar um ambiente digital saudável e alinhado com a perspectiva dos direitos humanos.

Esse cenário traz desafios complexos de diversas ordens, inclusive quando consideramos crianças e adolescentes como público das plataformas, em especial diante do modelo de negócios das Big Techs, amplamente baseado na coleta e exploração de dados pessoais para fins comerciais, com a arquitetura das redes sendo voltada à captura da atenção do público pelo máximo de tempo possível, com impacto negativo para a saúde mental dos usuários.

Para além dos esforços relacionados à regulação legal das plataformas sociais, diversos países têm formulado orientações às plataformas e desenvolvedores de serviços online voltadas à disseminação de boas práticas e estabelecimento de compromissos por parte das empresas, objetivando que a oferta de serviços por parte das plataformas sociais seja apropriada para a proteção e promoção de direitos no ambiente digital. Em particular, é necessário que o design das plataformas seja apropriado para a idade de crianças e adolescentes que utilizam os serviços, protegendo adequadamente seus direitos.

Nesse contexto, a SECOM adotará a iniciativa de mapear as diferentes dimensões de direitos que devem ser considerados na arquitetura das plataformas sociais, levando em consideração aspectos transversais e interseccionais a exemplo da proteção de direitos de crianças e adolescentes, mulheres, pessoas idosas, pessoas com deficiência, populações indígenas e quilombolas, pessoas negras, entre outros grupos que demandem olhar cuidadoso quando da identificação de violações recorrentes e direitos a serem assegurados.

A partir do mapeamento, a SECOM buscará a articulação junto às plataformas sociais com o intuito de definir, em relação a cada uma delas, as prioridades para a promoção de designs alinhados à promoção e proteção de direitos no ambiente digital e à educação midiática da população brasileira. Da mesma forma, serão fomentadas junto às plataformas digitais a produção e/ou disseminação de conteúdos de educação midiática, além de incentivar o investimento das empresas em projetos da área.

Por fim, a iniciativa privada também pode ser parceira na implementação da política de educação midiática a partir do financiamento de projetos e na promoção da educação midiática de trabalhadores que atuam em suas empresas.

As seguintes iniciativas compõem o eixo de parcerias com sociedade civil, academia e iniciativa privada:

- a. Financiamento de projetos da sociedade civil: publicação de editais para financiamento de projetos de Organizações da Sociedade Civil (OSCs)

no campo da educação midiática, priorizando, em um primeiro momento, ações voltadas a populações de territórios periféricos, comunidades indígenas e quilombolas, populações ribeirinhas e outros territórios de maior vulnerabilidade socioeconômica, bem como populações das regiões Norte e Nordeste e populações com maior vulnerabilidade midiática e informacional, a exemplo de pessoas idosas, com deficiência e com baixa escolaridade. Parcerias com a iniciativa privada também poderão ser articuladas para o financiamento de projetos de interesse público desenvolvidos pelas OSCs.

- b. Cooperação com sociedade civil: estabelecimento de parcerias, sem transferência de recursos, com Organizações da Sociedade Civil atuantes no campo da educação midiática, para o desenvolvimento de produtos e ações na área.
- c. Ensino, Pesquisa e Extensão: estabelecimento de parcerias e fomento e articulação, direta ou indiretamente, com institutos federais e universidades públicas e privadas, para o desenvolvimento de ações de ensino, pesquisa e extensão no campo da educação midiática, bem como para promoção de projetos, eventos, publicações e prêmios e outros mecanismos de reconhecimento, visibilização e conscientização no tema.
- d. Compromissos com plataformas: mapeamento de arquiteturas e práticas de redes sociais e estabelecimento de compromissos de adequação das plataformas (literacy by design) para transparência, acessibilidade, proteção de direitos e educação midiática dos usuários.

3.4. Campanhas educativas

Para além do ensino nas salas de aula e da realização de projetos em parceria com outras entidades, outras estratégias devem ser adotadas para ampliar o alcance da política pública e mobilizar um público amplo em torno da educação midiática. Nesse sentido, serão desenvolvidas uma série de campanhas voltadas à difusão de conteúdos de educação para a mídia, que vão variar conforme as características do público a ser alcançado e a estratégia a ser adotada.

A produção dos conteúdos poderá ser realizada pela própria SECOM e/ou a partir de parcerias com outros órgãos públicos ou instituições parceiras, a

dependem de cada caso. A seguir são apresentadas as iniciativas previstas para o desenvolvimento de campanhas educativas:

- a. **Ações temáticas:** parcerias com Ministérios para produção e difusão dos conteúdos em suas redes sociais e em plataformas públicas a serem mapeadas, tratando a educação midiática a partir das temáticas próprias de cada órgão.
- b. **Campanhas em rádio e TV:** parcerias com emissoras de rádio e televisão públicas, estatais e universitárias para a realização de campanhas, bem como com emissoras comerciais de rádio e televisão, para realização de campanhas e/ou para transmissão obrigatória de programas educacionais (conforme art. 16 do Decreto-lei 236 de 28 de fevereiro de 1967).
- c. **Embaixadores da educação midiática:** articulação e colaboração com influenciadores digitais para a produção e realização de campanhas nas redes sociais, em projeto que envolverá a nomeação de “embaixadores da educação midiática”, bem como engajamento com movimentos sociais e crianças e adolescentes que possam atuar como embaixadores em suas escolas e comunidades.
- d. **Redes colaborativas:** criação e/ou participação em redes colaborativas de produção e veiculação de conteúdos, com rádios comunitárias, emissoras universitárias ou outros parceiros em potencial, para capilarização das mensagens, campanhas e conteúdos de educação midiática.

3.5 Uso consciente de telas e dispositivos digitais por crianças e adolescentes

O uso excessivo de telas vem causando graves consequências à saúde e ao bem-estar de crianças e adolescentes. Entre os problemas emergentes, destacam-se distúrbios no sono, obesidade infantil, problemas de visão, problemas comportamentais (agressividade, dificuldade de lidar com as emoções, falta de empatia, isolamento social, dependência digital), ansiedade e depressão e atraso cognitivo e na aprendizagem.

Além dessas consequências para a saúde e o desenvolvimento de crianças e adolescentes, as dinâmicas estabelecidas no ambiente digital e especificamente nas plataformas sociais trazem outras implicações alarmantes envolvendo o público

infantil. Ampliaram-se as práticas de cyberbullying, a ocorrência de transtornos de imagem corporal e da autoestima e os riscos da sexualidade, nudez, sexting, sextosão, abuso sexual e estupro virtual (SBP, 2023), fenômenos que impactam em grande dimensão na saúde mental dos meninos e, sobretudo, das meninas.

Diante desse cenário, a SECOM irá coordenar a elaboração de orientações oficiais para o uso responsável de telas por crianças e adolescentes, em parceria com o Ministério da Saúde, Ministério da Educação, Ministério da Justiça e Segurança Pública, Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome e Ministério dos Direitos Humanos e da Cidadania.

De modo a ouvir a sociedade e colher subsídios para o processo de elaboração das orientações, foi aberta consulta pública para receber contribuições que podem ser enviadas até 23 de novembro de 2023 através do link: <https://www.gov.br/participamaibrasil/uso-de-telas-por-criancas-e-adolescentes>

O processo de elaboração do guia orientativo prevê, ainda, a criação de grupo de trabalho com representantes de órgãos públicos, representantes de organizações da sociedade e especialistas em diferentes áreas relacionadas ao tema (saúde e desenvolvimento infantil, educação e tecnologia, entre outras), além da realização de workshops e processos de escuta e participação de mães, pais e familiares, educadores e as próprias crianças e adolescentes, de modo a assegurar o protagonismo do público-alvo da iniciativa.

As orientações deverão considerar estudos consistentes e outras publicações existentes na área, e serão difundidas a partir de estratégias de comunicação, conscientização e mobilização a serem definidas, buscando alcançar diversos públicos, a exemplo de crianças e adolescentes, pais e responsáveis, professores, entre outros.

Além disso, o amadurecimento dos entendimentos sobre riscos e benefícios existentes na relação entre a tecnologia e a infância e adolescência deverá servir como subsídio para a qualificação de políticas públicas em diversas áreas do governo.

3.6 Participação social

A participação social efetiva, desde a concepção até a avaliação, é crucial para que as políticas públicas representem os anseios e atendam às necessidades da população, especialmente de grupos historicamente excluídos das decisões, que devem ser priorizados nas ações do Estado.

4. Referências

ACNUDH. United Nations Human Rights Office of the High Commissioner, General comment No. 25 (2021) on children's rights in relation to the digital environment. Disponível em <https://www.ohchr.org/en/documents/general-comments-and-recommendations/general-comment-no-25-2021-childrens-rights-relation>. Acesso em 23 mar 2023.

Agência Brasil. OMS diz que cientistas precisam ajudar no combate à desinformação. Disponível em <https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2020-05/oms-diz-que-cientistas-precisam-ajudar-no-combate-desinformacao>. Acesso em 14 abr 2023.

BNCC. Base Nacional Comum Curricular. Disponível em http://basenacionalcomum.mec.gov.br/images/BNCC_EI_EF_110518_versaofinal_site.pdf Acesso em 04 abr 2023

BOMMASANI, R. et al. The Foundation Model Transparency Index. 2023. Disponível em: <https://crfm.stanford.edu/fmti/>. Acesso em 19 out 2023.

BRASIL. Ministério de Educação. Base Nacional Comum Curricular. Disponível em <http://basenacionalcomum.mec.gov.br/>. Acesso em 14 abr 2023.

BRASIL. Política Nacional de Educação Digital (PNED, Lei nº 14.533/2023). Disponível em https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2023-2026/2023/Lei/L14533.htm . Acesso em 14 abr 2023.

BRASIL. Relatório da 1ª Consulta Pública em Educação Midiática no Brasil. Brasília: Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, 2023.

CGI.br - Comitê Gestor da Internet no Brasil. Pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e comunicação nos domicílios brasileiros: Pesquisa TIC Domicílios, ano 2022. São Paulo: CGI.br, 2023. Disponível em https://cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2022_coletiva_imprensa.pdf . Acesso em 17 mai 2023.

EUROPEAN COMMISSION. Report on the Results of the Public Consultation on Media Literacy, 2007. Disponível em: http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/report_on_ml_2007.pdf. Acesso em 29 mar 2024

GÊNERO E NÚMERO; REPÓRTERES SEM FRONTEIRAS. O impacto da desinformação e da violência política na internet contra jornalistas, comunicadoras e LGBTQ+ durante a pandemia (2022). Disponível em: https://desinformacao.generonumero.media/wp-content/uploads/2022/04/PesquisaDesinformacaoGN_RSFR_relatorio-final.pdf. Acesso em 29 mar 2024

INAF 2018. Resultados Preliminares. Disponível em https://acaoeducativa.org.br/wp-content/uploads/2018/08/Inaf2018_Relat%C3%B3rio-Resultados-Preliminares_v08Ago2018.pdf Acesso em 14 abr 2023.

KIDS ONLINE BRASIL. (2022). CETIC.BR – Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação. Disponível em <https://cetic.br/pt/pesquisa/kids-online/indicadores/>. Acesso em 17 mai 2023.

KO, Amy J. et al. It is time for more critical CS education. Communications of the ACM, v. 63, n. 11, p. 31–33, 22 out. 2020. Disponível em: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/3424000>. Acesso em: 21 out. 2023.

Livingstone, Sonia; Byrne, Jasmina; Carr, John. One in Three: Internet Governance and Children's Rights, Innocenti Discussion Papers, no. 2016-01, UNICEF Office of Research - Innocenti, Florence

MOSS, Scott. The Prevalence of Artificial Intelligence, Surveillance Capitalism, Disinformation, and Biased Algorithms Amplify the Need for Critical Skills Applied to Media. The Journal of Media Literacy, [S. l.], 2022. Disponível em: <https://ic4ml.org/journal-article/the-prevalence-of-artificial-intelligence-surveillance-capitalism-disinformation-and-biased-algorithms-amplify-the-need-for-critical-skills-applied-to-media>. Acesso em: 16 jul. 2023.

NETLAB. A volta da desinformação sobre vacinas (2023). Disponível em: <https://netlab.eco.ufrj.br/post/a-volta-da-desinforma%C3%A7%C3%A3o-sobre-vacinas>. Acesso em 12 abr 2024.

OCDE. 21st-Century Readers: Developing Literacy Skills in a Digital World. Paris: PISA, OECD Publishing, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1787/a83d84cb-en>. Acesso em 29 mar 2024.

OCHS, Mariana. Nem mágico, nem invisível: notas para um diálogo urgente entre educação midiática e letramento algorítmico na educação básica. In: INTERCOM - 46º CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. 30 ago. 2023. Disponível em: https://www.academia.edu/115834848/Nem_magico_nem_invisivel_notas_para_um_dialogo_urgente_entre_educacao_midiatica_e_letramento_algoritmico_na_educacao_basica. Acesso em 29 mar 2024

OFCOM. Teens on screens: Life online for children and young adults revealed. Disponível em: <https://www.ofcom.org.uk/news-centre/2023/life-online-for-children-and-young-adults-revealed>. Acesso em 29 mar 2024

POSTMAN, N. Five things we need to know about technological change. Denver, Colorado, 28 mar. 1998. Disponível em: <https://www.cs.ucdavis.edu/~rogaway/classes/188/materials/postman.pdf>. Acesso em: 21 out. 2023

POYNTER INSTITUTE. A Global Study on Information Literacy Understanding Generational Behaviors and concerns around false misleading information online. 2022. Disponível em <https://www.poynter.org/wp-content/uploads/2022/08/A-Global-Study-on-Information-Literacy-1.pdf>. Acesso em 12 abr 2023.

SELWYN, N. What Should “Digital Literacy” Look like in an Age of Algorithms and AI? London School of Economics - Parenting for a Digital Future, 6 abr. 2022. Disponível em: <https://blogs.lse.ac.uk/parenting4digitalfuture/2022/04/06/digital-literacy-and-ai/>. Acesso em: 21 out. 2023

SOARES, I. de O. (2018). Educomunicação, paradigma indispensável à renovação curricular no ensino básico no Brasil. Comunicação & Educação, 23(1), 7-24. Disponível em <https://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/144832/140322>. Acesso em 14 abr 2023.

SBP - Sociedade Brasileira de Pediatria [Internet]. Rio de Janeiro: SBP; [data desconhecida]. Manual de Orientação #Menos Telas #Mais Saúde. Disponível em: https://www.sbp.com.br/fileadmin/user_upload/_22246c-ManOrient_-_MenosTelas_MaisSaude.pdf. Acessado em 04 abr 2023.

SOROUGH VOSOUGHI, ET AL. The spread of true and false news online. Science 359, 146-1151 (2018). Disponível em <https://www.science.org/doi/10.1126/science.aap9559>. Acesso em 14 abr 2023.

TIC Educação 2020. Disponível em: https://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/2021124200731/resumo_executivo_tic_educacao_2020.pdf. Acesso em 14 abr 2023.

UNESCO. Safeguarding freedom of expression and access to information: guidelines for a multistakeholder approach in the context of regulating digital platforms. Disponível em <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000384031.locale=enhttps://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000384031.locale=en>. Acesso em 28 abr 2023.

UNESCO. Media Literacy and Information. Disponível em <https://www.unesco.org/en/media-information-literacy>. Acesso em 14 abr .2023.

UNICEF. Make the digital world safer for children – while increasing online access to benefit the most disadvantaged. Disponível em: <https://www.unicef.org/azerbaijan/press-releases/unicef-make-digital-world-safer-children-while-increasing-online-access-benefit-most>. Acesso em 29 mar 2024.

INSTITUTO PALAVRA ABERTA. Pesquisa Professores, mídias e informação (2023). Disponível em: <https://www.palavraaberta.org.br/docs/Resumo-executivo-Pesquisa-EducaM%C3%ADdia-29.05.2023.pdf>. Acesso em 15.10.2023.

FERREIRA, B. Professores, mídias e informação: o repertório de docentes para a prática da educação midiática. In: INTERCOM. 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 46, 2023, Belo Horizonte. Anais... Belo Horizonte: PUC-MG, 2023.

Ministro-Chefe da Secretaria de
Comunicação Social

Secretário Executivo

Secretário na Secretaria de Políticas Digitais

Diretor no Departamento de Direitos
na Rede e Educação Midiática

Coordenadora-Geral de
Educação Midiática

Equipe da Coordenação-Geral
de Educação Midiática

Projeto Gráfico /

