

Comunicação,
Educação e Consumo

1ª SÍNTESE

Como se dá o consumo de mídia pelos professores

RELATÓRIO
2024

CÁTEDRA
M.A. BACCEGA

ESPM

INTRODUÇÃO

A Cátedra Maria Aparecida Baccega, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo - PPGCOM da ESPM, é dedicada às inter-relações entre comunicação e consumo, privilegiando a sua interface com o campo da educação. Desde 2019, a Cátedra tem realizado pesquisas com educadores dos ensinos Fundamental e Médio sobre seus hábitos de consumo midiático e como trabalham as mídias com seus alunos. A partir dos dados coletados, são desenvolvidas ações para apoiar a formação de educadores, de forma a contribuir para uma melhor utilização e consumo dos meios.

No sexto ano desse estudo longitudinal, os grupos focais foram - pelo segundo ano consecutivo - realizados exclusivamente com educadores da Rede Estadual de Ensino de São Paulo, com apoio da Unidade de Cooperação Técnica e Pesquisa (UCTEC) - EFAPE, visando ampliar as reflexões acerca da educação para a mídia e para o consumo.

Foram realizados dois grupos focais após o término do ano letivo de 2024, contabilizando a participação de nove educadores. A condução dos grupos focais foram alicerçadas em cinco tópicos, a saber:

- 1 | Como se dá o consumo de mídia pelos professores
- 2 | Uso e produção de mídia na sala de aula
- 3 | Consciência crítica do uso da mídia pelos alunos
- 4 | Projetos de educação para os meios (e para o consumo) nas escolas
- 5 | Relação com a Tecnologia e IA

Nesta 1ª síntese, apresentamos as análises realizadas a partir dos relatos dos professores sobre seu próprio consumo de mídia cotidiano.

COMO SE DÁ O CONSUMO DE MÍDIA PELOS PROFESSORES

Considerando que os grupos focais foram realizados com professores e gestores da Rede Estadual de Educação de São Paulo (SEDUC), partimos de um contexto de Rede que estimula o uso de plataformas, recursos e conteúdos digitais, a começar pelo seu próprio Centro de Mídias, uma iniciativa da Secretaria da Educação para dar mais alcance à formação de professores e ofertar conteúdos pedagógicos para os estudantes mediados por tecnologia. Nesse cenário, os educadores que participaram dos grupos evidenciam o incentivo ao consumo de mídias pela SEDUC, e a cobrança pela digitalização dos processos educativos, o que demanda uma significativa mudança na rotina dos professores.

As plataformas utilizadas para o consumo de mídia são similares, mas a maneira como cada educador consome mídia e suas fontes de consumo rotineiro, inclusive para sua atividade profissional, se mostrou bastante diversa. A maior parte dos relatos apresenta uma rotina de consumo de mídia que se inicia logo após o despertar pela manhã, composta por informações compartilhadas pelo WhatsApp (em meio a mensagens de familiares e amigos). Ao longo do dia, o consumo pessoal e profissional se mescla e as fontes e plataformas se diversificam: jornais digitais, televisivos, impressos e via YouTube, Google Notícias, redes sociais (principalmente Instagram) e páginas de divulgação científica.

“

Eu sou apaixonado por jornal. Então, todo jornal de qualquer canal de TV. Eu estou assistindo. Eu até gosto de fazer algumas comparações. Como que um jornal. A linha editorial de um jornal para o outro, como que dá a notícia? Gosto muito. Também sou consumidor de jornal impresso. Então, gosto mesmo. É um costume desde o meu pai, etc. [...] Sou muito fã de programas políticos, debates políticos sobre economia. [...] E as redes sociais. Sempre estou ligado nas notícias, no comportamento das redes sociais.

Em decorrência desse perfil de alto consumo midiático, os educadores, no geral, acreditam estar aptos a identificar e diferenciar os gêneros textuais, assim como informações falsas ou distorcidas. Nota-se ainda, em algumas falas, que as redes sociais seguem sendo fontes importantes para os professores desenvolverem aulas utilizando contextos mais aderentes aos interesses dos jovens.

“

Eu estou bem animada, porque eu estava com ciências biológicas o ano passado, e eu amo a Biologia. E, aí, esse ano, eu peguei Redação e Leitura. E, aí, eu comecei a perceber o quanto a gente usa a mídia social para fazer relações com a sala de aula, né?

Então, assim, quando eu olho tanto notícias como redes sociais - a gente sempre está olhando -, eu sempre penso: “poxa, dá para levar isso para dentro da sala de aula. A gente consegue fazer uma discussão, um debate.”

Ao mesmo tempo em que redes sociais são vistas como potenciais aliadas para ampliar o engajamento dos estudantes nas aulas, elas também são percebidas como as grandes responsáveis pela falta de aprofundamento nos conteúdos pelos jovens, bem como pela disseminação de informações falsas, distorcidas ou incompletas. Segundo os professores, seus estudantes não têm essa mesma percepção sobre o próprio consumo, o que destaca a importância de todos os educadores - independentemente do componente curricular que leciona, se está em sala de aula ou em posição de gestão -, trabalharem o consumo crítico de mídias com seus estudantes.

“

Os nossos estudantes estão consumindo informações muito rápidas, né, Tiktok? Trinta segundos, quinze segundos de uma informação em que a gente não passa pelo mesmo crivo analítico de veracidade, de qualidade de informação. E fazer esse trabalho com eles é muito importante, porque, mais do que identificar uma fake news, é identificar realmente se aquela informação tem [...] um critério para estar disponível ali. Então, esse consumo está passando por essa transição de fontes, e a gente precisa estar cada vez mais atento, principalmente pela regulação das mídias, que é um debate tão urgente no nosso meio.

Adicionalmente, emergiu, a partir da fala de um coordenador escolar, a necessidade de as escolas e a Secretaria pautarem o consumo midiático e o uso de tecnologia com finalidade educacional como tema recorrente na formação de professores. Segundo ele, tem sido muito importante utilizar as ATPCs (Aula de Trabalho Pedagógico Coletivo) - executadas semanalmente com o coletivo de professores para a realização de planejamento e formação continuada - para abordar tais temáticas.

Um gestor escolar mencionou ainda que não apenas os temas em destaque na mídia são relevantes para os professores prepararem suas aulas, como a reflexão sobre as práticas de consumo midiático são base para as aulas de Projeto de Vida (Ensino Médio), algo que poderia estar presente nos componentes curriculares tradicionais, mas falta tempo em decorrência do volume de conteúdo que precisa ser trabalhado.

Outro ponto de destaque relativo ao consumo de mídia pelos professores - também para aqueles que lecionam no Ensino Médio - são os debates políticos, temas ligados a eleições, questões relativas a fronteiras e direitos humanos, por exemplo, visando o preparo para potenciais temas de redação do Enem e de vestibulares. Para os estudantes que se encontram na reta final do Ensino Básico, o que é veiculado na mídia ganha importância nas aulas de Redação e também em outros componentes curriculares, especialmente os das Ciências Humanas (História, Geografia, Sociologia e Filosofia), pois existe uma demanda de aprofundamento e argumentação acerca de questões sociais relevantes na atualidade.

Os destaques supracitados sobre o consumo midiático e o trabalho com temas da atualidade no Ensino Médio, entretanto, não deve se conter a este segmento, pois trata-se de um hábito - uma cultura de consumo - que precisa ser desenvolvido nos estudantes gradativamente, conforme vão ampliando seu espectro relacional com a sociedade e com as diferentes mídias. Ao se prepararem ao longo do Ensino Fundamental, certamente, chegarão ao Ensino Médio mais instrumentalizados para o consumo crítico de mídia e para um uso mais consciente das plataformas.

Como os grupos focais têm a intenção de refletir acerca de um ano letivo completo, eles foram realizados no início de 2025, quando o uso de aparelhos eletrônicos portáteis pessoais - o que inclui celulares - passou a ser restringido para usos exclusivamente pedagógicos nas escolas públicas e privadas de todo o país. Com isso, observamos que o consumo de mídia também ganhou novas delimitações nas instituições de Ensino Básico. A implantação da Lei 15.100/2025, foi bastante acompanhada pelos educadores pela mídia, conforme seus relatos. Questões como os limites e meandros da legislação, o que é realmente um uso de finalidade pedagógica dos dispositivos, bem como o compartilhamento de experiências, ações e desdobramentos da legislação nas escolas, foram - e ainda são - acompanhados pelos portais de notícias, redes sociais e grupos criados em aplicativos de mensagens. O início do ano letivo de 2025 chegou com uma perspectiva bastante diferente do que foi vivenciado pelos educadores em 2024, foco desta pesquisa.

“

Agora a gente tem um grande problema. Não sei se é um problema ou uma solução, que é a retirada dos usos dos celulares nas escolas aqui do estado de São Paulo. Então a gente tem que observar bem que tipo de exemplo que eu quero passar para os estudantes. Então eu controlo bastante a minha rotina de consumo midiático.

“

Então gerou muita polêmica, porque assim eles têm um vício. Só que eles não sabem usar para fins pedagógicos que eles querem ficar no Tiktok, ficar no X, ficar no Instagram. Então, assim acho que veio para isso. Essa situação para melhorar a qualidade do ensino, porque assim está cada vez caindo mais pela face. Eles têm acesso à informação, só que eles não sabem acessar.

No período em que foram realizados os grupos focais, a aplicabilidade e a efetividade da nova legislação ainda se apresentava como uma expectativa acerca das mudanças que poderia trazer para a rotina das escolas e para o consumo de mídia dos jovens, resultados que pretendemos observar na próxima coleta de dados dessa pesquisa longitudinal realizada desde 2019 pela Cátedra Maria Aparecida Baccega.
