

Estrategia brasileña de educación en medios – una política nacional que nace de la escucha

Brazilian Media Education Strategy - A National Policy Born from Listening

Estratégia brasileira de educação em mídia - uma política nacional que nasce da escuta

Mariana de Almeida Filizola¹

Coordinadora SECOM

Brasil

educacaomidiatica@presidencia.gov.br

Cristiane Parente²

UNESCO

Brasil

cristiane.parente@hotmail.com

Abstract: This article presents the Brazilian Media Education Strategy (EBEM), a public policy formulated through consultations with civil society, designed to address the challenges of the digital environment in Brazil. The main pillars of the strategy are analyzed, including teacher training, integrating media education into schools, and collaboration with various ministries and international organizations. EBEM aims to ensure that media education is considered a basic right and promotes a critical and participatory approach to media and technology usage.

Keywords:

Media Education, Public Policy, Digital Environment, Brazil, Critical Training, International Collaboration

Resumen: Este artículo presenta la Estrategia Brasileña de Educación en Medios (EBEM), una política pública formulada a través de consultas con la sociedad civil y diseñada para responder a los desafíos del entorno digital en Brasil. Se analizan los principales ejes de la estrategia, que incluyen la formación de educadores, la incorporación de la educación mediática en las escuelas, y la colaboración con diversos ministerios y organismos

¹ Coordinadora General de Educación Mediática de la Secretaría de Comunicación de la Presidencia de la República de Brasil (CGEM/SECOM/PR).

² Consultora de la UNESCO (CGEM/SECOM/PR).

internacionales. La EBEM busca garantizar que la educación mediática se considere un derecho básico y promueve un enfoque crítico y participativo en el uso de los medios y la tecnología.

Palabras clave:

Educación mediática, Políticas públicas, Entorno digital, Brasil, Formación crítica, Colaboración internacional

Resumo: Este artigo apresenta a Estratégia Brasileira de Educação Midiática (EBEM), uma política pública formulada por meio de consultas com a sociedade civil e projetada para responder aos desafios do ambiente digital no Brasil. Analisam-se os principais eixos da estratégia, que incluem a formação de educadores, a incorporação da educação midiática nas escolas e a colaboração com diversos ministérios e organizações internacionais. A EBEM busca garantir que a educação midiática seja considerada um direito básico e promove uma abordagem crítica e participativa no uso da mídia e da tecnologia.

Palavras-chave:

Educação midiática, Políticas públicas, Ambiente digital, Brasil, Formação crítica, Colaboração internacional

“Una de las cosas más lamentables para un ser humano es no pertenecer a su tiempo. Y sentirte como un exiliado en el tiempo”.

- Paulo Freire

1. Introducción

El final de 2022 fue un año clave para Brasil después de cuatro años en los que tuvimos pandemia, infodemia, discurso de odio y desinformación - al punto de impactar los niveles de vacunación en Brasil, considerado un modelo en el mundo. Y en el período de transición de gobierno, expertos y representantes de la sociedad civil invitados a grupos de trabajo en sus respectivas áreas, se dieron cuenta de la necesidad de una instancia en la Administración Pública Federal que se encargara de formular y coordinar las políticas públicas relacionadas con el entorno digital.

Se creó entonces la Secretaría de Políticas Digitales (SPDIGI)³, vinculada a la

³ Competencias estipuladas por el Decreto N°11.362, de 1 de enero de 2023.

Secretaría de Comunicación de la Presidencia de la República. Entre sus responsabilidades, la promoción de un entorno digital plural y diverso, la defensa de la información confiable y de calidad y la protección de los derechos de comunicación de las personas (incluidos los niños y adolescentes en el mundo digital). Para ello, se crearon dos departamentos en SPDIGI: Departamento para la Promoción de la Libertad de Expresión (DLIB) y Departamento de Derechos de Redes y Educación en Medios (DDEM). Y, para articular y coordinar estas acciones, con la mirada puesta en la educación, se creó en DDEM la Coordinación General de Educación Mediática (CGEM).

Para que la construcción de la Estrategia Brasileña de Educación en Medios (EBEM) se pudiera realizar de forma transparente, participativa y respetando las diversidades del territorio brasileño, se hizo una consulta pública entre el 19 y el 30 de junio de 2023, seis meses después de que el nuevo gobierno asumiera el poder. Se recibieron 418 aportes, los cuales fueron tomados en consideración al momento de proponer la estrategia, que se espera sea revisada cada dos años ante el cambiante contexto global y nacional, el avance de las tecnologías y las demandas de la sociedad.

2. ¿A qué nos referimos cuando hablamos de educación en medios?

Antes de avanzar con la Estrategia Brasileña de Educación en Medios, vale la pena aclarar qué se entiende por educación en medios, para que no queden dudas sobre qué caminos pretende seguir –junto con la población brasileña– en la construcción de una política pública que considera este ámbito como un derecho básico para todos. Y como ya dijo Freire et al. (2022) en la cita que abre este texto, que la estrategia permita a la sociedad brasileña poder pertenecer a su tiempo, aprovechar las tecnologías que emergen, entendiéndolas como “expresiones de la creatividad humana y de la ciencia desarrollada por el ser humano” (p. 36), sin dejar de preguntarse de quién y de qué están al servicio y ejerciendo siempre la dimensión crítica del conocimiento.

Para la Coordinación General de Educación en Medios de la Secretaría de Políticas Digitales de la Secretaría de Comunicación de la Presidencia de la República de Brasil, la educación en medios se refiere a la educación sobre los medios, no sólo con los medios y a través de los medios. Tampoco se trata sólo de tecnología educativa, aunque es posible hacer uso de la tecnología y lo digital. Es la comprensión del entorno digital como medio y como objeto de aprendizaje. El desarrollo de habilidades para abordar el conjunto de informaciones, comportamientos y prácticas sociales en el entorno digital de forma crítica y significativa.

En su libro “Manifiesto sobre educación en medios” el investigador británico David

Buckingham (2022) deja claro que la educación en medios consiste en mostrar cómo funcionan los medios. Y llama la atención sobre el hecho de que hay mucho énfasis en las tecnologías en las escuelas, de manera instrumental, pero poca atención a la dimensión de la educación mediática en términos de políticas públicas, como un derecho.

Los medios, las redes sociales, el mundo digital están (casi) en todas partes, y tenemos que aprender a interactuar con ellos y con su forma de producir información, hacer negocios y comunicarse de una manera más crítica y menos ingenua.

Además, según los últimos resultados de TIC Kids Online Brasil (Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2024), una mayor proporción de niños accedió a la red por primera vez hasta los seis años, es decir, la edad en la que los niños brasileños acceden por primera vez a Internet está sucediendo cada vez más temprano en los últimos años. Según la encuesta, el 24% de los encuestados afirmó haber comenzado a conectarse a la red en su primera infancia, frente al 11% en 2015. Aún según los resultados, el 95% de la población de 9 a 17 años son usuarios de Internet en el país, lo que representa 25 millones de personas. El teléfono móvil es el dispositivo de acceso para el 97% de los usuarios y el único medio de conexión a la red para el 20% de los encuestados.



Figura 1. Temas de la educación mediática brasileña. (Fuente: Elaboración propia).

Esto enciende una luz roja respecto a la necesidad de avanzar también en la enseñanza de los medios en las escuelas como una dimensión integral que permea todas las disciplinas. Especialmente porque la educación en medios se refiere a la forma en que las personas y los grupos son representados (o silenciados) en los medios; discutir cultura, diversidad, estereotipos, desinformación, el proceso de construcción de noticias; medios digitales; videos, fotografías y sus ángulos; plataformas, algoritmos, burbujas de información,

infodemia, entre otras posibilidades, etc. Esto refuerza las razones para crear políticas públicas, en alianza con otros ministerios, para que la educación en medios esté garantizada para todos los estudiantes y sea vista como un derecho para todos los ciudadanos brasileños.

Finalmente, cabe destacar que la educación mediática no significa imponer puntos de vista específicos o restringir libertad de expresión e interpretación de contenidos. No busca dirigir a los estudiantes a adoptar ciertas opiniones, sino fomentar el desarrollo de un repertorio para comprender la dinámica del entorno mediático.

3. Estrategia brasileña de educación en medios - ¿Dónde estamos y hacia dónde vamos?

Después de la consulta pública, se definieron los principales ejes a trabajar en la estrategia de educación mediática y la construcción de políticas públicas en el área en Brasil: educación básica; formación de educadores, uso de pantallas e participación social. Se decidió entonces que la EBEM trabajaría en colaboración con el Ministerio de Educación de Brasil (MEC), conectando especialmente la educación mediática con la educación digital y la educación integral y apoyando al ministerio con directrices curriculares específicas en esta área; además de grupos de trabajo contra la violencia escolar (online) y formación en educación mediática.

También se llevó a cabo de manera inédita en el país la primera edición de la Semana Brasileña de Educación Mediática, la edición nacional de la Semana Mundial AMI de la UNESCO, con la participación de 24 (de 27) estados brasileños; más de 400 actividades registradas; 54.000 participantes estimados; creación de un repositorio pedagógico gratuito, disponible en el sitio web de la SECOM y un seminario web internacional.

Además, por primera vez en Brasil, la educación en medios pasa a formar parte del Plan Plurianual del gobierno federal (2024 a 2027), con previsión de formar 300 mil profesionales de la educación y 400 mil profesionales de la salud en educación mediática; y la educación en medios también fue incluida en la convocatoria del Programa Nacional Libros Didácticos – PNLD de MEC, lo que significa que los libros que estarán en las escuelas de educación básica brasileña incluirán por primera vez ese contenido, apoyando a los educadores a desarrollar este tema en el aula.

Vale destacar también una alianza que reunirá al MEC, la SECOM, la Universidad de Brasilia (UnB) y la Universidad Federal de Uberlândia (UFU) para la formación en Educación en Medios y Derechos Humanos dirigido a 5.400 educadores.

Es importante resaltar que la EBEM no existe sola, sino en conjunto con diferentes ministerios como el de Educación (MEC); Salud; Ciencia, Tecnología e Innovación y

Derechos Humanos, entre otros; acuerdos internacionales con organizaciones como la UNESCO, la Unión Europea y embajadas del Reino Unido, Francia, Dinamarca y Finlandia, reconocidas por sus políticas de educación en medios.

Además, varias de las iniciativas ya creadas, como la recopilación de cursos en el entorno virtual de aprendizaje del MEC, por ejemplo, sólo fueron posibles en colaboración con organizaciones de la sociedad civil, reconociendo y valorando la experiencia de los actores sociales brasileños.

En julio de 2024, en colaboración con la UNESCO, se realizó un mapeo de iniciativas de educación en medios en Brasil, que recibió más de 450 respuestas - actualmente en análisis. Ahora (octubre/2024) el país espera la realización de la segunda edición de la Semana Brasileña de Educación en Medios y la primera edición de la Olimpiada Brasileña de Educación en Medios, como ya ocurre con otras materias como matemáticas, geografía, ciencias, física y portugués.

¿Qué quiere decir esto? Lo que se espera es que, pronto, la educación mediática esté en las aulas de educación básica; en libros; en las universidades, en la formación de formadores; en semanas conmemorativas; en conversaciones familiares sobre pantallas, mundo digital y tecnologías; la importancia de la libertad de prensa; la lucha contra la desinformación y la percepción de la comunicación y la educación mediática como un derecho de todos.

4. Referencias bibliográficas

- Brasil. (2023). *Estratégia Brasileira de Educação Midiática*. *Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República*.
- Buckingham, D. (2022). *Manifesto pela educação midiática*. Edições Sesc São Paulo.
- Comitê Gestor da Internet no Brasil. (2024). Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil: TIC Kids Online Brasil, Ano 2023: Relatório de coleta de dados. *Cetic*. <https://cetic.br/pt/pesquisa/kids-online/>
- Freire, P. & Guimarães, S. (2022). *Educar com a Mídia – Novos diálogos sobre Educação*. Paz e Terra.