
Comunicação, Educação e Informação para cidadania O caso do projeto IBGEeduca¹

Renata Cristina Freire Corrêa²
Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE

Resumo

Qual a responsabilidade das instituições produtoras de informações oficiais no que diz respeito à Comunicação para a Educação? Através do relato de caso da criação e desenvolvimento do projeto IBGEeduca, este artigo enfoca a questão da comunicação das informações oficiais para o público escolar como chave para o exercício da cidadania e também para o conhecimento das diversas realidades brasileiras. Com uma abordagem histórica e analítica, aborda de que modo esse projeto de comunicação e educação buscou se atualizar para acompanhar o desenvolvimento tecnológico e suas diferentes apropriações por parte de estudantes e professores, além do surgimento de novas demandas e possibilidades.

Palavras-chave

Comunicação; Educação; Cidadania; Democracia

Introdução

No presente artigo faremos um relato de caso do projeto IBGEeduca e abordaremos a questão da comunicação das informações oficiais para o público escolar como chave para o exercício da cidadania e também do conhecimento das diversas realidades brasileiras. Buscaremos perceber como as alterações vividas no âmbito da comunicação alteraram a comunicação do IBGE voltada para a educação. Nesse sentido, abordaremos algumas mudanças vividas pelo público infanto-juvenil, sua relação com a comunicação e de que modo essas alterações vêm impactando na forma de comunicar as informações oficiais para alunos e professores.

Quando pensamos sobre a disseminação de informações para o exercício da cidadania, é muito fértil abordarmos as possibilidades relativas à interface entre a Comunicação e a Educação. Interface essa que pode ser estratégica se tomarmos a informação e o conhecimento como importantes pilares do desenvolvimento social. A inter-relação comunicação/educação vem firmando-se, na América Latina, como um

1 Trabalho apresentado no GP Comunicação e Educação, XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

2 Mestre em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense e profissional de comunicação do IBGE, e-mail: renatacfc@gmail.com . Coordena o IBGEeduca.

campo de diálogo e espaço para conhecimento crítico e criativo (SOARES, 2000). As rápidas mudanças no campo da Comunicação colocam uma série de novos desafios e potenciais para a Educação no âmbito da cidadania. Essas mudanças também implicaram num novo contexto para a comunicação e disseminação das informações oficiais produzidas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, o IBGE.

O IBGE e a disseminação das informações oficiais

O IBGE é a instituição responsável por produzir informações oficiais sobre o Brasil, seu território e população. Suas informações são balizadoras de diversas políticas públicas e podem servir de parâmetros para a avaliação e monitoramento dessas políticas. Além disso, essas informações ampliam o conhecimento das diversas realidades do Brasil, possibilitando comparações entre diversos lugares e também relativas a critérios demográficos como sexo, cor ou raça, grupos de idade etc. As informações sobre diferentes aspectos da sociedade, da economia e do território podem ser chave para uma vivência democrática mais ativa com a avaliação e o acompanhamento de diversos aspectos da gestão pública, além de poderem embasar reivindicações e debates mais consistentes em contextos eleitorais. As informações do IBGE muitas vezes subsidiam ainda estudos de diversas áreas e planejamento de ações também dos diversos setores da iniciativa privada.

As informações produzidas pelo IBGE são públicas³ e atualmente são disponibilizadas gratuitamente no portal do IBGE na Internet⁴. Porém, a simples disponibilização não garante o seu uso por diferentes públicos. Wolton (2010) nos alerta que “Informar não é comunicar”. Para que a real comunicação aconteça, é necessário levar-se o “outro” em consideração. A comunicação como compartilhamento, para além da mera disponibilização de conteúdo, representa um especial desafio para uma instituição como o IBGE, em função das próprias características da sua produção, além da heterogeneidade da sociedade brasileira no que se refere à educação formal e ao acesso aos recursos. Desse modo, é fundamental que as instituições considerem, em

3 As informações do IBGE não são divulgadas de modo individualizado, respeitando assim o princípio do sigilo estatístico, previsto na Lei 5.534 de 14 de novembro de 1968 e com o decreto nº 73.177 de 20 de novembro 1933.

4 www.ibge.gov.br – No ar desde 14 de setembro de 1995.

seus processos comunicacionais, os vários perfis de cidadãos para a real democratização do acesso a essas informações.

Muitas vezes, a informação chega à sociedade também através da imprensa que com frequência se referencia em informações do IBGE para tematizar diversos assuntos como economia, desemprego, desigualdades na população. (MAIA, 2005). A relação com a Imprensa, sem dúvida, representa um importante e estratégico canal de divulgação da produção do IBGE. Porém, devemos ter em mente que, no caso da divulgação através de veículos de imprensa, elas ficam sujeitas às condições de produção das matérias, às linhas editoriais dos veículos e aos encaminhamentos específicos de cada veículo.(FERREIRA, 2011).

São muitos os desafios enfrentados para comunicar as informações produzidas pelo IBGE: as especificidades técnicas, o volume de resultados e dados, a heterogeneidade educacional brasileira e a dificuldade de parte da população brasileira para a compreensão das informações estatísticas e territoriais. Além de produzir e divulgar os dados, existe a necessidade de promover estratégias, produtos e serviços que possam auxiliar a população a estabelecer uma conexão com os conteúdos produzidos pelo Instituto, possibilitando sua apropriação e leitura crítica. Assim, mais do que disseminar através de diversos suportes e veículos, é necessário ter em mente a importância educação para a comunicação das informações oficiais sobre o Brasil.

Desse modo, quando pensamos no exercício da cidadania, o estudantes e professores representam um público estratégico no que se refere à disseminação e à comunicação de informações oficiais sobre o Brasil, tanto pela sua abrangência, quanto por sua importância na formação dos cidadãos. A educação e o conhecimento das realidades brasileiras são centrais para a ampliação do direito à cidadania, fator que coloca o IBGE e sua missão⁵ em contato direto com as demandas educacionais. Buscando aproximar as informações do IBGE desse público, em 2018, foi desenvolvido o projeto IBGEeduca. Para melhor compreensão desse projeto, faremos um rápido histórico das iniciativas anteriores de comunicação do IBGE voltadas para o público escolar.

5 A Missão Institucional do IBGE é "Retratar o Brasil com informações necessárias ao conhecimento de sua realidade e ao exercício da cidadania."

Breve histórico

Nas últimas décadas, o IBGE vem fazendo ações para disseminar suas informações junto a crianças, adolescentes e educadores. No que diz respeito à sensibilização da população para receber os recenseadores do IBGE, tradicionalmente as escolas vêm sendo vistas como um espaço de esclarecimento da população a respeito do Censo através dos estudantes e educadores. Além disso, ao longo da sua história, a Instituição produziu uma série de publicações voltadas para a escola e também para o uso paradidático.⁶

Na virada do século, foram criados os sites IBGEteen⁷ e IBGE7a12⁸, respectivamente voltados para adolescentes e crianças. Ambos traziam algumas informações do IBGE, buscando adequar a linguagem e o formato aos públicos-alvo. Além de disseminar as informações do IBGE para os estudantes, as escolas também foram parceiras estratégicas para a realização das pesquisas (em especial dos Censos) auxiliando na informação e sensibilização da população, preparando para a coleta de dados.

Em relação aos sites infantil e juvenil: IBGE Teen e IBGE 7 a 12, Castanheira (2008), a partir de uma pesquisa em escolas, analisou o uso que os alunos faziam dos produtos pedagógicos e, em sua conclusão, a autora sugeriu que,

Apesar de mostrarem um ambiente favorável ao desenvolvimento da competência em informação, e apesar de terem participado dos testes do produto pedagógico do IBGE, as escolas estudadas não apresentam a familiaridade e a regularidade de uso destes produtos que esperávamos encontrar, tanto por parte dos alunos quanto por parte dos professores. Estas evidências nos sugerem que o IBGE desenvolva mecanismos para avaliar sistematicamente a aceitabilidade dos seus produtos, além de promover formas para sua divulgação com a participação de diversos órgãos públicos ligados à educação. Além disso, ressaltamos a importância de incluir contatos permanentes com professores e alunos de escolas das diversas regiões do país, para que se efetivem parcerias de conteúdo durante o desenvolvimento e implementação dos produtos pedagógicos do IBGE. (CASTANHEIRA, 2008, p.84)

Além desses dois sites voltados para o público infanto-juvenil, foi criado ainda o Projeto *Vamos Contar* para divulgar o Censo Demográfico 2000. Esse projeto teve

6 Por exemplo, o Atlas Geográfico Escolar, o livro “Fauna Ameaçada de Extinção”, o mangá “Vento do Oriente” e a publicação infantil “O que está acontecendo com a nossa terra?”

7 Esse site saiu do ar em 25 de abril de 2018, tendo sido substituído pelo IBGEeduca.

8 Esse site saiu do ar em 25 de abril de 2018, tendo sido substituído pelo IBGEeduca.

como público-alvo prioritário os profissionais da educação básica e um dos objetivos principais do projeto era que, através de atividades e recursos pedagógicos, criados e enviados às escolas pelo IBGE, os professores abordassem com os alunos a importância do Censo Demográfico e das informações produzidas pelo IBGE. Para isso, foram enviados kits com diversos materiais (cartilhas, mapas, peças de divulgação e DVDs) para todas as escolas do Brasil. Em paralelo, objetivou-se que os professores pudessem ampliar os conhecimentos dos alunos sobre o País. Esse projeto teve uma nova edição no Censo seguinte, no ano de 2010. E nos dois casos, constatou-se a importância do esclarecimento da comunidade escolar como apoio às atividades de coleta de dados dos Censos.

Nos anos que se seguiram, o Vamos Contar foi desdobrado em um projeto contínuo de relacionamento com os educadores para além dos Censos. Desse modo foi criado um site específico para educadores, o Vamos Contar⁹, no ano de 2012. Esse site apresentava uma série atividades e recursos para estimular o uso das informações produzidas pelo IBGE em sala de aula. Além disso, no Vamos Contar, foi criado ainda o Blog do Professor¹⁰ onde os professores podiam compartilhar suas experiências com informações do IBGE junto aos alunos. Desde então, a comunicação para estudantes e educadores ficou dividida, até 2018, em 3 sites: o Vamos Contar, para professores, o site *IBGETeen*, voltado para os adolescentes, e o *IBGE7a12*, direcionado ao público infantil.

O início da entrada do IBGE na Internet e a criação de espaços destinados a crianças e adolescentes marcou uma resposta institucional às mudanças que vinham sendo vividas naquele momento. Afinal, naquele momento se vivia a emergência da geração que Prensky (2001) chamou de *Nativos Digitais*. No que diz respeito à educação, o autor alertava que o sistema educacional foi criado para alunos diferentes daqueles que estavam frequentando a escola num mundo onde a tecnologia estava se popularizando rapidamente e a Internet já era uma realidade. Naquele momento, o autor percebia como característica dos nativos digitais a necessidade de informações rápidas, a realização de múltiplas tarefas e a preferência pelo acesso aleatório (como hipertexto).

9 Esse site saiu do ar em 25 de abril de 2018, tendo sido substituído pelo IBGEeduca.

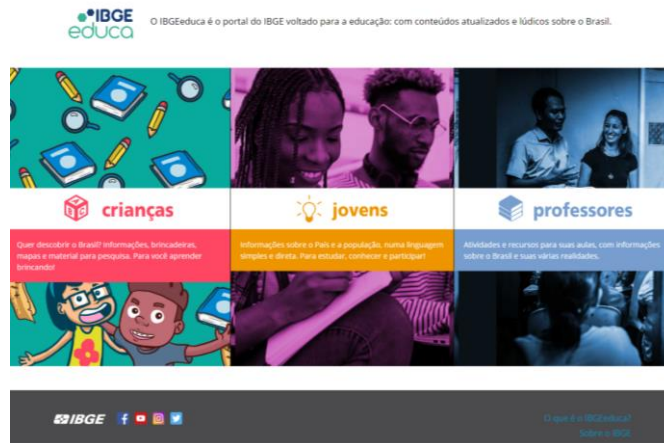
10 Essa iniciativa se manteve inclusive no portal IBGEeduca, anos depois.

Johnson (2001) já apontava que o hipertexto sugeria “toda uma nova gramática de possibilidades, uma nova maneira de escrever e narrar.” E Santaella (2004) já tratava de uma mudança de perfil com a emergência do leitor imersivo, que navega entre nós e nexos constituídos por dados informacionais híbridos (tanto sonoros, quanto visuais e textuais), um leitor ativo nas tomadas de decisões no percurso de leitura. Se antes do ciberespaço, a produção de informação era privilégio de grupos restritos, o hipertexto e hipermissão possibilitaram ao usuário também ser um colaborador.

O acesso à Internet, naquele contexto, era basicamente feito através do computador. No que diz respeito à disseminação de informações oficiais, a Internet ampliou as possibilidades de disseminação e do acesso ao conhecimento, ocupando o papel de espaço de pesquisa para pessoas de diversos locais e níveis diferenciados de formação pessoal. Porém, a grande flexibilidade e a abundância de informações implicam na necessidade de orientação do leitor e da formação do estudante para a pesquisa e busca de informações. Também as possibilidades de disponibilizar as informações do IBGE, com linguagem e formatos adequados para crianças e adolescentes se expandiram consideravelmente nesse contexto. Ao longo desse período, até 2018, essa disponibilização foi realizada basicamente através dos 3 sites acima mencionados: IBGE7a12, IBGEteen e Vamos Contar.

18 anos depois: a transição para o IBGEeduca

A partir de 2017, esses sites passaram por um processo de avaliação e reformulação, culminando na criação de um novo portal, o IBGEeduca (educa.ibge.gov.br), lançado em abril de 2018. Esse portal substituiu os três sites anteriores, agregando-os em um único nome e um único endereço, visando facilitar sua divulgação e a integração dos seus conteúdos. O portal IBGEeduca é dividido pelo tipo público, com entradas em três sites diferentes voltados para: crianças, jovens e professores.



O novo portal foi fruto de uma reformulação estrutural, de linguagem, conteúdo e layout, visando ajustar as iniciativas de comunicação e educação do IBGE às demandas e características dos públicos docente e discente no contexto contemporâneo.

Para compreendermos a realização do IBGEeduca, precisamos levar em consideração as alterações vividas nesses últimos 18 anos, especialmente no que diz respeito aos públicos do projeto: crianças, jovens e professores.

Desse modo, abordaremos as transformações que esse público vem vivendo desde o lançamento dos três primeiros sites (em 1999 e 2000) até o ano de lançamento do IBGEeduca. Nessas duas décadas, uma série de processos aconteceram marcados pela abundância de informações, pela ampliação da participação dos públicos também como produtores de conteúdos, além da popularização dos dispositivos móveis e das redes sociais.

No processo de criação e desenvolvimento do IBGEeduca, foram pesquisadas essas alterações no contexto das Tecnologias de Comunicação e Informação. Buscou-se perceber: que usos as informações públicas podem ter para cada um desses segmentos do público escolar? Como trazer as informações sobre o Brasil produzidas pelo IBGE para as salas de aula de modo a ampliar a democratização dessas informações e a percepção da sua relevância?

Lembramos ainda que, se por um lado, nos últimos anos, o contexto comunicacional vivenciou uma transformação sem precedentes em vários sentidos, na forma e no conteúdo, nos modos de produção, distribuição e recepção da produção, o

mesmo não aconteceu com as Instituição Escolar. A educação convencional ainda está vinculada a um modelo de séculos atrás, na figura do professor-transmissor, nos pacotes de conteúdos e na formação pela repetição. É necessário levar também esse contexto em consideração para a criação de projetos de Comunicação e Educação no contexto brasileiro.

IBGEeduca e o Contexto atual da Comunicação

Ao longo dos anos iniciais do Séc. XXI, vivenciamos alterações relativas às Tecnologias de Comunicação e Informação que trouxeram novos elementos para a compreensão da comunicação para as escolas e, principalmente, para crianças e adolescentes. Quando pensamos no público infanto-juvenil, devemos considerar as alterações sofridas por esse público nas últimas décadas com o desenvolvimento tecnológico e a sua popularização.

Se anteriormente o desafio era a disponibilização de informações, hoje alunos, educadores, escolas e instituições vivem o desafio de lidar com uma avalanche informacional cuja qualidade e a credibilidade nem sempre são garantidas. Nesse contexto, aprender e ensinar a pesquisar torna-se ainda mais relevante. Além disso, produtores de informação oficial, como é o caso do IBGE, têm um papel importante como fonte de credibilidade e informação não só para pesquisas escolares mas para a discussão de temáticas relevantes para a sala de aula e para atuação prática para além dos muros da escola.

Além da abundância informacional e de conteúdo, outro fator a ser levado em conta nas transformações mais recentes foi a popularização da tecnologia móvel através de *smartphones e tablets* que, juntamente ao expressivo crescimento do uso de redes sociais nesse período, implicam em um contexto diferenciado no que se refere ao uso de tecnologias digitais por crianças e jovens.

Segundo o IBGE¹¹, em 2016, a Internet era utilizada em 69,3% dos domicílios particulares permanentes do País. Em 97,2% dos domicílios em que havia acesso à Internet, o telefone móvel celular era utilizado para este fim. Em seguida, estava o microcomputador (57,8%). O tablet foi usado em 17,8% dos domicílios em que havia acesso à Internet, e a televisão, em 11,7%.

11 O suplemento “Tecnologia da Informação e Comunicação – TIC” foi produzido em parceria com o Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações, com base na Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - PNAD Contínua, realizada no quarto trimestre de 2016 pelo IBGE.

A pesquisa observou ainda a existência de telefone móvel celular em 92,6% dos domicílios do País. Como é sabido, atualmente, o celular tem um uso muito mais abrangente do que o de um simples telefone, na medida em que, na maioria dos casos, possibilita o registro de imagens, a produção de vídeos e o acesso à Internet. O advento das tecnologias de comunicação na vida e no aprendizado das crianças e jovens permitiu o surgimento da geração que mais produziu, consumiu e compartilhou audiovisual na história. A produção e, principalmente, a distribuição de audiovisual por muito tempo foi caracterizada por um sistema massivo, centralizado em poucos emissores para muitos receptores. Houve um deslocamento da produção de sentido e narrativas da quase exclusividade dos meios de comunicação tradicionais para um contexto onde as novas gerações vem se apropriando das possibilidades de produção e distribuição de narrativa. A produção, distribuição e recepção se dão em contextos diferentes se compararmos com a mídia massiva que caracterizou o século XX.

Mas essas mudanças implicam em que mudanças no que diz respeito à apropriação de informação? Como podemos reconhecer esse contexto e atualizar a comunicação de informações oficiais para estudantes levando em consideração essa alteração tão significativa nos modos de consumir e gerar conteúdo?

Os hábitos de relacionamento com a mídia hegemônica vêm mudando. A audiência massiva detida pela mídia hegemônica nas décadas finais do Séc.XX vêm se fragmentando em diversos meios e especialmente o público infanto-juvenil apresenta um comportamento bastante distinto em relação ao consumo e a produção de conteúdos midiáticos. Houve uma mudança de paradigma no modo desse público consumir as mídias e se apropriar desses espaços. Compreender esse contexto é fundamental para aqueles que desejem se comunicar com crianças e adolescentes. Esse conhecimento deve fazer parte de projetos de Comunicação e Educação como o IBGEeduca.

Em termos tecnológicos, vivemos nos últimos anos um processo acelerado de alterações na Comunicação e de sua apropriação por crianças e jovens. Jenkins (2009), fundador e diretor do Programa de Estudos de Mídia Comparada do MIT, ao tratar da Cultura da Convergência chama atenção para três pilares dessa configuração: a convergência dos meios de comunicação, a cultura participativa e a inteligência coletiva. O autor aponta para um contexto de colisão entre “novas” e “velhas” mídias e cruzamentos entre mídia corporativa e mídia alternativa. Nesse contexto, a circulação de conteúdos depende essencialmente da participação ativa dos consumidores.

Se observarmos dados quantitativos especificamente a respeito das crianças, segundo a pesquisa TIC Kids Online Brasil¹², do Comitê Gestor da Internet (CGI), em 2016, cerca de oito em cada dez crianças e adolescentes (82%) com idades entre 9 e 17 anos são usuários de Internet, o que corresponde a 24,3 milhões de crianças e adolescentes em todo o país.

Já a segunda edição da pesquisa “Geração Youtube: um mapeamento sobre o consumo e a produção infantil de vídeos para crianças de zero a 12 anos no Brasil, de 2015 a 2016”¹³ demonstrou um aumento expressivo no número de canais destinados a esse público no Youtube. Da primeira vez em que a pesquisa foi apresentada, em novembro de 2015, quando o mapeamento somava 110 canais e as visualizações atingiam 20 bilhões. Em menos de um ano, a audiência saltou para 50 bilhões de visualizações e o número de canais subiu para 230.

Segundo esse estudo do Media Lab da ESPM, grande parte do conteúdo infantil disponível no Youtube pode ser dividido em sete categorias principais: Minecraft e games; TV (com programação também encontrada na TV convencional), Não TV (desenhos que não passam na TV convencional), Youtubers teens, Youtubers mirins, Unboxing¹⁴ e Educativo. A categoria Educativo, segundo dados de pesquisa de 2016, tinham cerca de 1,1 bilhão de visualizações. E a categoria de propagandas de brinquedos ultrapassou 6 bilhões de visualizações em 2016.

São números expressivos que nos dão a dimensão desse fenômeno e permitem pensar sobre várias questões pertinentes a respeito do uso das tecnologias digitais e seus riscos para crianças e jovens: assédio, superexposição, vício em jogos, notícias falsas, estímulo excessivo ao consumo, o uso de celulares em sala de aula, o fácil acesso a conteúdos inapropriados pelas crianças.

Porém, do ponto de vista desse artigo, nos interessa pensar: como as instituições de informações podem se apropriar do potencial de comunicação e troca permitido pelo contexto digital para, com um propósito educativo, disseminar dados sobre o país e a sociedade brasileira para crianças e adolescentes? Que sinais fenômenos como esses nos dão a respeito dessa geração e como podem inspirar trabalhos como o IBGEeduca? Como, inclusive, as informações do IBGE podem pautar conteúdos produzidos pelos

12 Disponível em <<http://cetic.br/pesquisa/kids-online/>>, acesso em 1º de julho de 2018.

13 Pesquisa realizada pelo ESPM Media Lab e coordenada por Luciana Corrêa. Disponível em <<http://pesquisasmedialab.espm.br/criancas-e-tecnologia/>>, acesso em 25 de maio de 2018.

14 Vídeos de Unboxing são vídeos onde se mostra produtos sendo desembalhados. No caso das crianças, esses vídeos são principalmente feitos com brinquedos.

próprios jovens a respeito de assuntos sobre, por exemplo, questões raciais ou de gênero?

Estudos como esses nos levam a avaliar, em que medida é possível transcender a banalidade de conteúdo algumas vezes verificada na produção dirigida ao público infanto-juvenil e, por outro lado, capturar esse potencial de engajamento para iniciativas de disseminação de informações acerca do Brasil e de sua sociedade? O que podemos aprender com esse novo contexto? Que estratégias de comunicação podem ser utilizadas para disseminar de modo eficaz junto aos públicos escolares? Foi através de análises empíricas desse contexto, do aprofundamento através de leituras e pesquisas, além de trocas com os públicos-alvos, que foi projetado o Portal IBGEeduca.

A força da cultura mobile mostrou ser fundamental que, desde o início, o Portal fosse responsivo, permitindo assim o acesso através de dispositivos móveis. O estudo dos públicos demonstrou que o acesso se dá por diferentes dispositivos e essa foi uma diretriz para o desenvolvimento do portal. E, do ponto de vista da construção de conteúdo, utilizou-se como insumo algumas experiências já vividas com a produção de conteúdo colaborativo junto com professores (através do Blog do Professor) e alunos.

Sabendo que estamos num contexto de cultura participativa, no que diz respeito especificamente à construção da área para Jovens no IBGEeduca, a equipe criadora do Portal tomou como ponto de partida uma parceria com uma turma de alunos de Ensino Médio, da disciplina “Roteirização de Dados” do curso técnico em “Roteiro” do Colégio Estadual José Leite Lopes. Diante do contexto atual, com uma juventude tão atuante na produção e compartilhamento de conteúdos, avaliou-se a necessidade de entrar em contato com esse público, estabelecer um diálogo e criar um espaço de troca e colaboração. Em uma primeira reunião foi pedido que os alunos avaliassem o *IBGETeen* (site que ainda estava no ar naquele momento) e sugerissem formas de adaptá-lo às necessidades e linguagem do público-alvo. Em uma segunda reunião os alunos apresentaram suas sugestões para a produção do IBGEeduca/Jovens. Esses resultados, por exemplo, apontaram para a necessidade de uma hierarquia diferenciada da informação nas notícias produzidas para os jovens, a necessidade de uma comunicação mais clara e direta, além de sugestões de organização de conteúdo e design.

Desafios atuais

O IBGEeduca é um portal bastante recente. Atualmente, o desafio principal diz respeito à sua própria divulgação que vem sendo feita através das redes sociais do IBGE¹⁵, do uso de email-marketing, do contato com secretarias de educação, além de divulgação regional através da rede de agências do IBGE que é fortemente capilarizada pelo território nacional.

No que diz respeito ao objetivo de disseminação para a educação a nível nacional, num país de dimensões continentais, o atual contexto de tecnologia e comunicação representa uma expressiva ampliação de potencial de alcance: viabilizando chegar a mais escolas de diferentes pontos do país. Porém, a heterogeneidade de acesso à informação ainda é um fator a ser levado em consideração. São muitas realidades diferentes convivendo em um só país, com a existência de escolas sem acesso à Internet ou sem computadores. Esse contexto apresenta um grande desafio de comunicação e *design*. Nesse sentido, o portal oferece diversos conteúdos para download para quem leciona ou estuda sem conexão. Além disso, apresenta também alternativas para contextos onde não se dispõe nem mesmo de computadores na escola, fornecendo a opção de impressão e outras formas para os professores trabalharem.

Além disso, existe o desafio de ampliar a participação ativa dos alunos e professores. Atualmente, o portal conta com um rico espaço de compartilhamento de experiências docentes onde são postados relatos de educadores de ideias e experiências com conteúdos relativos ao Brasil e às informações oficiais na sala de aula. Esse espaço existe desde o site anteriormente dedicado aos educadores, o Vamos Contar. Ao longo desses anos, foram publicados relatos de realidades muito diversas que foram abordadas em outro ocasião por Corrêa e Miranda (2017).

Na área dedicada às crianças, existe uma área de compartilhamento de desenhos cujo o tema é “Meu lugar no mundo”. No momento de produção desse artigo, o portal IBGEeduca tinha menos de 3 meses de existência e já havia publicado produções

15 As redes sociais vêm sendo estratégicas para a divulgação para estudantes e professores. O IBGE atua nos seguintes perfis: facebook.com/ibgeoficial; youtube.com/ibgeoficial; instagram.com/ibgeoficial e twitter.com/ibgecomunica. No momento de apresentação do presente artigo, os perfis oficiais do IBGE nas redes sociais estavam suspensos apenas temporariamente em função da legislação eleitoral.

diversificadas de crianças de municípios variados. Abaixo, podemos ver alguns exemplos dessas contribuições¹⁶:



Porém, existem desafios a serem enfrentados para tornar o portal ainda mais interativo com produção de conteúdos através da colaboração de alunos. A título de exemplo de iniciativas já existentes, destacamos o material produzido para a divulgação da Pesquisa Nacional de Saúde do Escolar-PeNSE 2015¹⁷, em parceria com os estudantes Gabriel Belchior e Maíra Vallejo.

Considerações finais

Em tempos de proliferação de notícias falsas, urge pensarmos em como as instituições produtoras de informação podem se comunicar de modo eficaz com estudantes e professores para que possam ser reconhecidas como fontes de credibilidade e acesso direto à informação. É necessário procurar informações e canais de troca com esses públicos para desenvolver projetos e produtos adequados às necessidades e realidades das escolas.

¹⁶ Desenhos enviados por: Lucas Rodrigues, Franciane de Freitas Rodrigues, Samuel Davi, Anthony Guimarães Lima. Acessados através do endereço <https://educa.ibge.gov.br/criancas/mural.html> Acesso feito em 6 de julho de 2018.

¹⁷ Esse material pode ser acessado em <https://educa.ibge.gov.br/jovens/materias-especiais/materias-especiais/19030-pense-2015-a-saude-dos-adolescentes.html>.

Também é fundamental pensarmos as práticas educativas no contexto atual com a ampliação da interatividade, inclusive do ponto de vista da comunicação por parte de uma instituição produtora de informação. Pensar essa comunicação de modo contextualizado com a realidade atual amplia as suas possibilidades de sucesso. As mudanças no contexto comunicacional apontam para mudanças no processo de aprendizagem e implicam na necessidade de estabelecermos novos paradigmas de aquisição de conhecimento e de constituição de saberes. No que diz respeito à comunicação pública e a disseminação para a educação, essas mudanças trazem em si novos desafios e possibilidades ainda não totalmente exploradas. Além disso, devemos atentar para o fato de que a tecnologia sozinha não viabiliza uma apropriação autônoma das informações. É necessário fomentar uma formação conceitual para dar fundamento à apropriação tecnológica.

Do ponto de vista da Comunicação Pública, uma instituição produtora de informações deve procurar compreender as características do contexto atual e dos públicos escolares no sentido de gerar iniciativas que possibilitem uma maior apropriação das informações produzidas. Para tal, é necessário diálogo com o público, troca e escuta atenta para pensar em iniciativas que propiciem que a comunicação vá além de seu aspecto tecnológico e se estabeleça como relação, como um modo dialógico de interação. Quando se tem como público estudantes e professores, é fundamental buscar acompanhar as transformações de suas características, demandas e formas de se relacionar com a informação e a comunicação. É essencial manter o olhar e a escuta atentos através de pesquisas quantitativas e qualitativas, espaços de troca (virtuais e presenciais) e produção de conteúdo colaborativo.

Referências bibliográficas

CASTANHEIRA, Cristina Maria. Competência em Informação: uso da internet e dos produtos pedagógicos do IBGE no ensino fundamental. Niterói. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal Fluminense, 2008.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL . TIC Kids Online Brasil - 2016 . São Paulo, 2017. Disponível em <Disponível em <<http://cetic.br/pesquisa/kids-online/>>, acesso em 1º de julho de 2018.

CORRÊA, R. C. F.; MIRANDA, Tatiana Barbosa . Blog do Professor do Vamos Contar IBGE: uma experiência de compartilhamento de atividades pedagógicas. In: IX Seminário

Internacional As redes educativas e as tecnologias: democracia e educação - aprenderensinar para um mundo plural e igualitário, 2017, Rio de Janeiro. Anais do IX Seminário Internacional As redes educativas e as tecnologias: democracia e educa, 2017, Rio de Janeiro. As Redes Educativas e as Tecnologias, 2017.

FERREIRA, Marcelo Benedicto. Retratos do Brasil: o discurso jornalístico sobre a estatística oficial do país. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 35., 2011, Recife. Anais. São Paulo: Intercom, 2011.

FONSECA, Silvia Maia. A notícia da estatística: divulgação das estatísticas do IBGE na visão dos jornalistas. Rio de Janeiro: Dissertação de mestrado, Escola Nacional de Ciências Estatísticas (ENCE), 2005

IBGE. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua – Acesso à Internet e à Televisão e Posse de Telefone Móvel Celular para uso pessoal 2016. Rio de Janeiro: IBGE, 2014. Disponível em <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/media/com_mediaibge/arquivos/c62c9d551093e4b8e9d9810a6d3bafff.pdf> . Acesso em: 03 de julho de 2018.

JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. 2a edição, São Paulo: Aleph, 2009

JOHNSON, Steven. Cultura da Interface: Como o Computador Transforma nossa Maneira de Criar e Comunicar. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

PEREZ, Clotilde e TRINDADE, Eneus . Consumo Midiático: Youtubers e suas milhões de visualizações. Como explicar? XXVI Encontro Anual da Compós

PRENSKY, Marc. Nativos Digitais e Imigrantes Digitais. NCB University Press, Vol.9 Nº. 5, Outubro 2001. Tradução de Roberta de Moraes Jesus de Souza. Disponível em: <<https://docs.google.com/document/d/1XXFbstvPZIT6Bibw03JSsMmdDknwjNcTYm7j1a0noxY/edit>>. Acesso em 04 de julho de 2018.

SANTAELLA, Lúcia. Navegar no Ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulos, 2004.

SOARES, Ismar de O. Educomunicação: um campo de mediações. Revista Comunicação & Educação n. 19. São Paulo: Segmento/ECA/USP, ano 7, p.12-24, 2000.

WOLTON, Dominique. Informar não é comunicar. Porto Alegre: Editora Sulinas, 2010