

O Papel Do Aluno Como *Influencer* No Âmbito Universitário: Um Olhar Sob A Perspectiva Da Competência Em Informação, Midiática e Digital.¹

Aline Correia UMANN²

Regina Célia Baptista BELLUZZO³

Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho - UNESP

Resumo

O objetivo deste estudo é identificar e elencar quais características e habilidades são essenciais para que seja construída a figura do aluno influencer. A metodologia utilizada foi a pesquisa exploratória, através de uma revisão bibliográfica de artigos sobre constructos que envolvem as competências supracitadas e as definições do perfil de um influencer digital, feita em plataformas como Scopus e Google Acadêmico, utilizando publicações nacionais e internacionais. Como resultado observamos que, para que um aluno possa vir a ser um influenciador no âmbito acadêmico universitário, a fim de disseminar informações e conhecimento a respeito das mais diversas práticas voltadas às plataformas digitais, ele precisa, desenvolver habilidades alinhadas com o propósito das competências em informação, midiática e digital.

Palavras-chave

Competência em informação; Competência midiática; Competência digital; Universidades; Aluno influencer.

Corpo do trabalho

Vivemos em uma contemporaneidade em que pessoas estão conectadas de diversas maneiras, através de múltiplas plataformas e dispositivos. Esse ambiente digital, especialmente no que diz respeito à tecnologia e inovação, transforma o período em que vivemos - a Era Digital - em um tempo que requer um desenvolvimento de determinadas habilidades e competências que são de direito do cidadão para que

¹ Trabalho apresentado: Sessão Temática: Comunicação digital, dados e IA em tempos de crise, atividade integrante do XIX Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas.

² Doutoranda em Mídia e Tecnologia pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho. Professora das Faculdades Integradas de Bauru. E-mail: aline.umann@unesp.br.

³ Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Professora da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho. E-mail: rbelluzzo@gmail.com.

possa aprender e compreender. Corroborando com essa afirmação, Belluzzo (2023, p. 14) caracteriza a Era Digital como

[...] um contexto repleto de máquinas inteligentes conectadas e que permitem a comunicação de modo instantâneo, sendo um ecossistema social e cultural mediado pela tecnologia digital, o que requer conhecimentos, habilidades, atitudes e valores que permitam a expressão e convivência com a mesma de forma adequada e assertiva.

Em uma sociedade que sofre com o fenômeno da desinformação, entende-se que trazer a discussão acerca da construção da competência em informação, midiática e digital torna-se essencial para a evolução do ser humano e do próprio ambiente em que vivemos. Segundo Belluzzo (2023), as três competências configuram uma triangulação essencial para o exercício da cidadania e aprendizado ao longo da vida em sua totalidade, abarcando todos os benefícios inerentes aos âmbitos econômico, educativo e cultural. Como competência em informação, entende-se como

o processo contínuo de internalização de fundamentos conceituais, atitudinais e de habilidades necessário à compreensão e interação permanente com o universo informacional e sua dinâmica, de modo a proporcionar um aprendizado ao longo da vida. (DUDZIAK, 2003, p.28)

No que diz respeito aos jovens, por exemplo, que nasceram imersos em uma era com total acesso à internet e, desde cedo, entraram em contato com as mídias sociais, torna-se imprescindível o desenvolvimento das habilidades relacionadas ao comportamento nos ambientes digitais, principalmente no sentido de capacidade de compreender a sua dinâmica para que essas mesmas habilidades possam ser empregadas nas mais diversas esferas do cotidiano. Segundo Buchan, Bhawra e Katapally (2024, p.3, tradução nossa)

A alfabetização digital tornou-se uma habilidade crucial para os jovens navegarem e terem sucesso no mundo cada vez mais orientado pela tecnologia, com essas habilidades se tornando cada vez mais relevantes em todos os ambientes, incluindo escola, lazer, casa e trabalho.

Posto isto, voltamos o nosso olhar para o ambiente das universidades contemporâneas. Em um contexto destinado ao aprendizado e ao ensino, a

digitalização dos processos e utilização de diversas plataformas para aprimoramento do conhecimento torna-se prática exigida como parte de novas metodologias empregadas para o engajamento e despertar do interesse por parte do seu corpo discente.

O perfil do aluno na contemporaneidade passa por diversas transformações, especialmente porque a faixa etária que compõe a maioria dos estudantes da graduação no Brasil é reconhecida como a Geração Z, ou Geração Net, que, na definição de Meirinhos (2015, p.125)

[...] é a primeira geração de crianças que teve acesso em larga escala (nas primeiras etapas de desenvolvimento) às tecnologias de informação digital, tais como telemóveis com acesso à internet, Wi-Fi a partir de vários dispositivos, jogos interativos a partir de vários dispositivos e serviços instantâneos de mensagens e socialização online em redes sociais.

Um grupo caracterizado pela imersão na internet desde os primeiros anos de vida tem como modelo de representação dos gostos pessoais e modelo de vida os influenciadores digitais, que, segundo a definição de Karhawi (2017, p.48) “[...] são aqueles que têm algum poder no processo de decisão de compra de um sujeito; poder de colocar discussões em circulação; poder de influenciar em decisões em relação ao estilo de vida, gostos e bens culturais daqueles que estão em sua rede”.

Segundo Camargo, Estevanim e Silveira (2017, p.108) “No ambiente digital, o público dispõe de uma maior autonomia não apenas para acessar o conteúdo de acordo com sua demanda particular, mas de contribuir com o material que está disponível”. Neste sentido, algumas das principais características que banham o grupo dos alunos universitários contemporâneos no que diz respeito às competências podem ser descritas como saber usar as ferramentas e plataformas digitais, compreendidas como habilidades em utilizar aplicativos, saber manusear *smartphones* e se comunicar nas redes sociais, de modo que possam criar conteúdos nos mais diversos formatos para expressarem suas opiniões a respeito de um assunto que lhes seja conveniente e de interesse.

Partindo deste contexto, colocamos a nossa pergunta-problema: de que maneira o aluno pode vir a se tornar um influencer digital no ambiente acadêmico através da

competência em informação, midiática e digital? O objetivo deste estudo é identificar e elencar quais características e habilidades são essenciais para que seja construída a figura do aluno influencer através de uma revisão bibliográfica de artigos sobre constructos que envolvem as competências supracitadas e as definições do perfil de um influencer digital, feita em plataformas como Scopus e Google Acadêmico, utilizando publicações nacionais e internacionais.

Entre os principais resultados obtidos, é possível afirmar que, para que um aluno possa vir a ser um influenciador no âmbito acadêmico universitário, a fim de disseminar informações e conhecimento a respeito das mais diversas práticas voltadas às plataformas digitais, ele precisa, necessariamente, ter habilidades alinhadas com o propósito das competências em informação, midiática e digital, sendo elas:

Competência em informação	Saber utilizar as tecnologias da informação para a recuperação e comunicação da informação; Ter conhecimento de fontes de informação e saber acessar as mesmas; Saber armazenar a informação; Ter análise crítica; Ter a capacidade de intuição; Saber utilizar a informação de forma inteligente e sábia em benefício da coletividade. (Bruce, 2003 <i>apud</i> Belluzzo, 2007, p.51)
Competência em midiática	Aprender e compreender a linguagem existente na mídia em suas múltiplas formas (áudio, visual e scripto); Saber construir, armazenar e disseminar mensagens sob essas formas de linguagens; Ser capaz de produzir e consumir com critérios críticos o conteúdo digital e midiático; Saber produzir e disseminar informações formadas por conteúdos de qualidade, criativos e úteis; Saber interagir, debater e compartilhar esses conteúdos através das mídias e tecnologias. (Belluzzo, 2007-2023)
Competência Digital	Ter capacidade de acessar, gerenciar, compreender, integrar, comunicar,

	avaliar e criar informações de forma segura e adequada por meio de tecnologias digitais; (Unesco, 2018 apud Belluzzo, 2023)
--	---

Fonte: das autoras (2025)

Para que seja possível formar alunos com o perfil de influenciadores na universidade, trabalhando as competências em informação, midiática e digital, propõe-se que sejam realizados treinamentos direcionados aos grupos de interesse nos anos iniciais da grade curricular acadêmica, por exemplo, para que as habilidades e competências sejam desenvolvidas no decorrer da atuação do discente. Esse escopo poderá trazer resultados futuros de benfeitorias no que diz respeito à expansão da informação dentro da universidade e aumento do engajamento da comunidade universitária em atividades realizadas pelas instituições, com o foco no desenvolvimento do aprendizado ao longo da vida, disseminação do conhecimento e metodologias criativas para o saber.

Referências

BELLUZZO, R. C. B. **Construção de mapas: desenvolvendo competências em informação e comunicação**. Cá entre nós, 2007.

BELLUZZO, R. C. B. Competência em Informação, Midiática e Digital: reflexões desde suas origens às principais tendências em espaços econômicos, educacionais e culturais na era digital. **Informatio**. Montevideo, v. 28, n. 2, p. 55-89, 2023. Disponível em:

http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?pid=S2301-13782023000200055&script=sci_arttext
Acesso em: fev. 2025.

BUCHAN, M. C.; BHAWRA, J.; KATAPALLY, T. R. Navigating the digital world: development of an evidence-based digital literacy program and assessment tool for youth. **Smart Learning Enviroments**, Beijing, v.11, n.8, p.1-24, 2024. Disponível em: <https://slejournal.springeropen.com/articles/10.1186/s40561-024-00293-x> Acesso em: fev. 2025

CAMARGO, I.; ESTEVANIM, M.; SILVEIRA, S. C. Cultura participativa e convergente: o cenário que favorece o nascimento dos influenciadores digitais. **Communicare**, São Paulo, v. 17, n.12, p. 96-118 São Paulo, 2017. Disponível em:

<https://static.casperlibero.edu.br/uploads/sites/5/2020/12/comunicare17-especial.pdf>
Acesso em: mar. 2025.

DUDZIAK, E. A. Information literacy: princípios, filosofia e prática. **Ciência da Informação**, Brasília, DF, v. 32, n. 1, 2003. Disponível em:
<https://revista.ibict.br/ciinf/article/view/1016> . Acesso em: mar. 2025.

KARHAWI, I. Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. **Comunicare**, São Paulo, v. 17, n.12, p. 46-61, 2017. Disponível em:
<https://static.casperlibero.edu.br/uploads/sites/5/2020/12/comunicare17-especial.pdf>
Acesso em: mar. 2025.

MEIRINHOS, M. Os desafios educativos da geração Net. **Revista de estudios e Investigación en Psicología y Educación**, p. 125-129, 2015. Disponível em:
https://www.researchgate.net/profile/Manuel-Meirinhos/publication/287975125_Os_desafios_educativos_da_geracao_Net/links/5688e0e308ae1e63f1f8ab43/Os-desafios-educativos-da-geracao-Net.pdf Acesso em: mar. 2025.