
O profissional de comunicação competente: a semente da literacia mediática na sala de aula

The competent professional communication : the seed of media literacy in the classroom

Andreia Fernandes Silva



Edição electrónica

URL: <http://journals.openedition.org/cp/874>

DOI: 10.4000/cp.874

ISSN: 2183-2269

Editora

Escola Superior de Comunicação Social

Refêrencia eletrónica

Andreia Fernandes Silva, « O profissional de comunicação competente: a semente da literacia mediática na sala de aula », *Comunicação Pública* [Online], Vol.9 nº16 | 2014, posto online no dia 15 dezembro 2014, consultado o 02 maio 2019. URL : <http://journals.openedition.org/cp/874> ; DOI : 10.4000/cp.874

Este documento foi criado de forma automática no dia 2 Maio 2019.



Comunicação Pública Este trabalho está licenciado com uma Licença Creative Commons - Atribuição-NãoComercial 4.0 Internacional.

O profissional de comunicação competente: a semente da literacia mediática na sala de aula

The competent professional communication : the seed of media literacy in the classroom

Andreia Fernandes Silva

EDITOR'S NOTE

Recebido: 10 Dezembro 2013

Aceite para publicação: 30 Junho 2014

Introdução

"You cannot be literate in the 21st Century unless you are literate in all the media that are used to communicate."

[Cary Bazalgette]

- 1 A inevitabilidade da comunicação abrange nos dias de hoje uma dimensão mais complexa, que se relaciona com o excesso, a saturação e a volatilidade das mensagens, que exigem de todos uma maior capacidade para saber *lidar* de modo adequado, consciente e crítico com os diferentes discursos mediáticos.
- 2 As mudanças introduzidas nos processos comunicativos, primeiro na sequência da revolução industrial e mais tarde com o aparecimento da sociedade da informação e a implementação da chamada sociedade em rede (Castells, 2002), aceleraram o processo de circulação do conhecimento. Em simultâneo, estas mutações foram acompanhadas pelo surgimento de novos meios, que não só integraram diversos suportes como fizeram com que fosse possível estar ligado a qualquer hora e em praticamente qualquer lugar. Esta

omnipresença de meios facilita, por um lado, o processo de comunicação e o contacto mediático ao nível da acessibilidade, mas, por outro, exige a cada um a posse de habilidades e competências de manuseamento e selecção desses meios e conteúdos, com os quais nem toda a população está apta a lidar.

- 3 Num exercício exploratório realizado no ano lectivo 2012-2013, aqui brevemente exposto, procurou-se promover o contacto com a competência da literacia mediática junto de uma turma do 2.º ano de um curso do ensino superior politécnico, na área de Marketing, Publicidade e Relações Públicas. O projecto consistiu na criação e manutenção de um blogue que permitisse a aplicação prática de algumas habilidades comunicacionais num contexto real e através de um *meio* que já faz parte das vidas das novas gerações, pelo menos enquanto receptoras. A finalidade do projecto foi estimular e desenvolver em simultâneo as competências transversais e específicas do curso, e dotar os alunos de uma maior consciência quanto à importância de dominar o desenvolvimento de conteúdos escritos a partir de informação dos meios de comunicação ou retirada da Internet.
- 4 O ponto de partida para a presente reflexão foi a definição de literacia mediática, considerada uma competência indispensável para o desenvolvimento de uma cidadania activa, potenciadora da chamada economia do conhecimento, um estímulo para a competitividade nos sectores da tecnologia e um garante do desenvolvimento de capacidades de análise crítica dos meios de comunicação, tal como foi preconizado por uma declaração da Unesco, em 1982, e posteriormente reiterado por recomendações da União Europeia, desde 1999. A este pressuposto junta-se a convicção de que, em qualquer área do saber e da formação, importa incutir nos alunos aptidões de literacia mediática – uma competência necessária mas difícil de desenvolver na prática, porque inclui outras habilidades muito presentes no sector da educação mas nem sempre efectivamente trabalhadas aos mais diversos níveis: escrita, capacidade de pesquisa, selecção e análise de informação ou pensamento crítico. Na verdade, a falta de hábitos de leitura ou de exercitação da escrita tem revelado algumas dificuldades entre os alunos do ensino superior na produção de textos da sua autoria, e que tornem evidente a aplicação do chamado pensamento crítico.
- 5 A questão da literacia mediática assume particular pertinência quando nos estamos a referir à preparação de futuros profissionais de comunicação, que vão assumir papéis diferenciados dentro do campo mediático, o que exige treino e conhecimentos adequados ao desempenho de funções distintas e domínio de diferentes literacias, essencial num universo comunicacional cada vez mais complexo. Neste sentido, o presente artigo é uma reflexão sobre a importância de se aplicarem práticas efectivas em contexto de aula que promovam a aquisição de determinados saber-fazer.
- 6 Numa sociedade monopolizada por signos, imagens e textos, assiste-se com frequência àquilo que Tornero apelida «hipertrofia da comunicação», ao mesmo tempo que se vive na era da «imagem-excesso» referida por Lipovestky e Serroy (2010, 69), o que, com frequência, promove uma saturação de conteúdos mediáticos que não só dificulta a capacidade de selecção dos assuntos que realmente interessam mas, acima de tudo, complica o ato de recepção, a *leitura* e a compreensão por parte de diferentes tipos de «públicos». Deste modo, defende-se aqui a urgência de criar exercícios de transformação e aplicação dos conhecimentos noutros contextos, mais do que a interpretação dos referidos exercícios.
- 7 Para um futuro profissional, e dada a complexidade do campo dos meios de comunicação na actualidade, mormente pela evolução tecnológica e pelas dimensões de interactividade

e acessibilidade a qualquer hora ou em qualquer lugar, o domínio de habilidades de literacia mediática é uma mais-valia distintiva, que o pode tornar apto no que toca ao uso de ferramentas essenciais para o exercício da profissão.

1. A importância da aprendizagem da literacia mediática

- 8 Numerosos estudos têm abordado a questão da literacia, mas, nos anos mais recentes, este discurso inclui outras designações, como *multiliteracias*, *novas literacias* ou *literacia informacional*, *digital* e *mediática*, por um lado demonstrando a complexidade do assunto e por outro revelando a necessidade de clarificação e actualização numa era em que o campo dos meios de comunicação assume uma preponderância hegemónica sobre a realidade social.
- 9 Não querendo entrar em lutas conceptuais sobre designações, prefere-se defender aqui a urgência da «desmistificação dos *media*», na linha de Yuste, na medida em que «(a) alfabetização mediática abarca a capacidade de analisar criticamente os *media* e de se exprimir e produzir mensagens com eles» (Yuste, 2007, p. 156), fomentando uma educação «sobre» e «nos» *media* e assente em resultados – isto é, através da aplicação da competência da literacia mediática. Yuste defende a erradicação da passividade e o combate aos estereótipos, mas, acima de tudo, fala na necessidade de um envolvimento «comprometido e consciente», onde a problematização dos conteúdos mediáticos, a identificação do conteúdo ideológico e o conhecimento do funcionamento do campo dos *media* se tornem num modo de «ensinar a pensar a cultura mediática (Yuste, 2007, p. 158). Tornero considera que a promoção de melhores consciência e conhecimento sobre os meios de comunicação é promotora de uma nova competência comunicativa, não só na perspectiva semiológica, de análise e descodificação de signos, mas também através dos processos de mediação (Tornero, 2007). Já Vítor Reia-Baptista assinala a necessidade de multi-aprendizagens, colocando o processo de cognição em torno de três dimensões cruciais da literacia mediática: cultural, crítica e criativa (Reia-Baptista, 2011).
- 10 Durante o século XX, o crescimento exponencial da sociedade de massas introduziu alterações nos processos simbólicos e na educação, tendo os meios de comunicação assumido um domínio poderoso enquanto agentes do acesso «cultural». E a sua aceitação no universo educacional ainda hoje encontra demasiadas resistências. Algumas são causadas pelo desconhecimento que todos os agentes envolvidos ainda demonstram no *manuseamento* desses mesmos conteúdos mediáticos, sendo por isso urgente dotar os cidadãos de literacias que os habilitem a lidar com os meios de comunicação e a usá-los de um modo construtivo e activo.
- 11 Apesar de uma maior atenção política para a necessidade de implementação da capacidade de lidar com a informação mediática na actualidade e de a processar, já em 1982, na Declaração de Grünwald sobre a Educação Para os *Media*, se alertava para a importância de promover iniciativas que incutissem nos aprendentes habilidades de uso da informação mediática,
cujo objectivo seja desenvolver os conhecimentos, aptidões e atitudes que favoreçam o crescimento de uma consciência crítica e, conseqüentemente, de uma maior competência entre os utilizadores dos *media* electrónicos e impressos. Idealmente, tais programas deveriam incluir a análise de conteúdos mediáticos, a

utilização dos *media* como meios de expressão criativa e a utilização e participação eficazes nos canais de *media* disponíveis (Unesco, 1982).

- 12 Neste documento destacam-se a omnipresença dos meios de comunicação e o seu peso enquanto elemento de integração na sociedade, que, mais do que ostracizado, deveria ser enquadrado numa lógica de aquisição de competências que visassem uma ligação entre aquilo que a escola ensina e a realidade. Anos mais tarde, a *revolução tecnológica* da sociedade em rede (Castells, 2002, p. 1) introduz novos valores, que, como explica Tornero, expõem a necessidade de melhor articular a educação com os meios de comunicação. Para este autor, dispersão, flexibilidade, interacção, diversificação, globalização e dinamismo passam a ser conceitos presentes no modo como os cidadãos lidam com os meios de comunicação.
- 13 As transformações ocorridas durante o séc. XX ao nível da comunicação, a par com a acelerada evolução dos modos de relacionamento social nos meios *online*, promoveram a ampliação exponencial da chamada memória social e dos meios de pesquisa e recolha de informação e o aumento da capacidade de resolução de problemas complexos, fazendo o indivíduo sentir, de certo modo, a sua inteligência aumentada (Tornero, 2007, p. 70).
- 14 Gonnet, num livro dedicado às controvérsias sobre a educação para os *media*, defende que este é um processo que envolve todas as áreas do saber e a todos os níveis. Neste ponto, segue a mesma linha de pensamento de Michel Pichette, para quem todas as disciplinas podem contribuir para uma espécie de alfabetização mediática. Entre os principais obstáculos à integração da perspectiva crítica dos meios de comunicação na chamada educação formal destacam-se as resistências do sistema educacional e, acima de tudo, a insuficiente formação de cultura mediática, a dificuldade na integração da interdisciplinaridade e o próprio desconhecimento de cada interveniente sobre como fazer uso dos meios de comunicação enquanto recursos legítimos para a aprendizagem (Pichette, 2005, pp. 33-34). Até porque, como reforça Gonnet, «todas as disciplinas são outras tantas situações para trabalhar sobre os *media* (...)» (2007, p. 19). Para que tal aconteça, exige-se que a formação contemple a introdução de conteúdos mediáticos no processo de ensino – algo que já acontece em algumas áreas através do recurso a documentários, artigos de imprensa ou anúncios publicitários (estes nomeadamente na leccionação de línguas) –, mas também que se faça a aplicação de análises de conteúdo, críticas de discurso ou semiótica em diferentes unidades e contextos curriculares.
- 15 Para Tornero, a sociedade em rede introduziu novos valores que promoveram modificações importantes, que afectam o modo como as pessoas se relacionam e que exigem novos enquadramentos na forma como socializam e no processo de formação das novas e das velhas gerações. Tornero (2007, p. 24) relembra algumas dessas alterações:
 - Da centralização à dispersão reticular na difusão e controlo da informação e da educação
 - Da rigidez em termos de programas mediáticos e curricula educativos à flexibilidade e possibilidade de escolha
 - De modelos difusionistas na comunicação e instrucionistas na educação a modelos interactivos e construcionistas
 - Da standardização de produtos mediáticos e percursos educativos à sua diversificação e personalização.
 - Da regulação nacional dos *media* e da educação à internacionalização e à globalização.
 - Da passividade do espectador e do estudante à procura de interacção e participação.

- 16 Nesta perspectiva, estas mudanças introduzem «um processo de transformação crítico, carregado de incertezas e interrogações» (Torneró, 2007, p. 25) – e um processo que, podemos acrescentar hoje, continua em curso, face às crescentes inovações nos modos de comunicar. Estas alterações levam a que o ensino se adapte ou a que procure incutir nos cidadãos competências basilares que lhes permitam saber usar os novos *media*. Entre os recentes desafios identificados por Torneró está o facto de as escolas terem de enfrentar
- um novo cenário tecnológico: um universo repleto de satélites de comunicação, fibra óptica, informação digitalizada, computadores pessoais cada vez mais avançados, realidade virtual, numa palavra, no meio de uma grande explosão de comunicação audiovisual (Torneró, 2007, p. 29).
- 17 Na verdade, as novas *formas tecnológicas de vida*, referidas por Scott Lash como sendo um resultado da contemporaneidade e da mistura dos tempos, não só interferem na literacia informacional, explicada como um conjunto de competências que permitem o manuseamento da informação desde o acesso aos conteúdos até à capacidade de os usar convenientemente, como também exigem a mobilização do pensamento crítico, tão crucial no âmbito da literacia mediática (Lash, 1999, 2002).
- 18 Já Tuominen e Kotilainen sugerem o domínio de um conjunto de competências, entre as quais sobressai a capacidade de gerar histórias e de transformar a informação no sentido de dotar cada indivíduo de habilidades características de um agente activo e com capacidade de intervenção na sociedade:
- (It) is a set of competencies for obtaining, understanding, evaluating, adapting, generating, storing, and presenting information for problem analysis and decision-making. Information literate people possess basic skills: critical thinking, analyzing information and using it for self-expression, independent learning, producing, being informed citizens and professionals, and participating in the governance and democratic processes of their societies (Tuominen e Kotilainen, 2012).
- 19 No entender destes autores, a escola, em qualquer nível de ensino, tem o poder e o dever de estimular a aquisição destas aptidões, no sentido de formar profissionais e cidadãos capazes de lidar com a realidade informacional e comunicacional. Neste sentido, as unidades curriculares na área das Ciências da Comunicação devem incorporar nos objectivos e no programa metodologias que promovam a aquisição destas habilidades de forma a efectivamente dotar os alunos das ferramentas necessárias para o desempenho profissional competente, onde seja evidente o domínio do processo de comunicação e dos mecanismos de produção de conteúdos mediáticos, que, hoje em dia, já não estão apenas circunscritos aos agentes do campo dos *media* – isto é, qualquer cidadão tem acesso a estes mesmos mecanismos, e possibilidade de ser não só receptor mas também emissor de mensagens mediáticas e/ou digitais.
- 20 Len Masterman referiu-se à existência de três abordagens sobre educação para os *media* e dividiu-as em três momentos. A desconfiança sobre o poder dos *media* para corromper as mentalidades levou a que muitos considerassem que o melhor modo de educar para os *media* passaria pela atitude «vacínica», uma visão bem patente nos primeiros estudos da comunicação. Uma outra linha de pensamento, que surgiu na década de 60, introduz a noção de sentido crítico, que Masterman considerava, na prática, aquém dos pressupostos da análise crítica. Por último, após os trabalhos de Roland Barthes sobre a publicidade e a imagem, surgiu uma perspectiva semiológica que introduziu o processo de significação e a carga simbólica como elementos integrantes do processo de descodificação (Masterman, 1985). Seguindo a mesma perspectiva, Lopes recupera a ideia de que «os alunos formados para o uso crítico da razão tendem a aumentar a sua capacidade de utilização inteligente

dos *media*, mas também tendem a fortalecer valores e crenças sobre a democracia» (Lopes, 2011:28), no sentido de que cidadãos mais bem informados e com capacidade crítica para gerir essa informação são agentes conhecedores da realidade social, ao mesmo tempo que se transformam em agentes com habilidade analítica capazes de tomar decisões conscientes – ou, por outras palavras, de estimular o desenvolvimento da maturidade crítica e da autonomia (Masterman, 1985).

- 21 Alguns autores têm insistido em que o pensamento crítico é a competência fundamental da literacia mediática, sublinhando a importância do poder de tecer opiniões acerca dos *media* e dos seus conteúdos, potenciando novas opiniões e ideias sobre os acontecimentos e a informação (Tornerio e Varis, 2010). Por outro lado, as autoras Marjorie Heins e Christina Cho acrescentam um novo elemento à reflexão. Em *Media Literacy: an alternative to censorship* defendem que a promoção da literacia mediática deve ser uma alternativa à censura e às tentativas de limitação do acesso a determinados conteúdos mediáticos:

Continuing concerns about sexual messages, stereotypes, and fantasy violence in the mass media have made the need for media literacy education all the more evident in recent years. Critical thinking is an essential skill for all citizens in a democracy, whether they are evaluating a TV ad, an action movie, or a news report of a politician's speech. Rather than resorting to censorship or ratings schemes in response to the presumed influence of violent or otherwise troublesome messages in popular culture, policymakers should commit to making media literacy an essential part of every young person's education (Heins e Cho, 2003).

- 22 Heins e Cho alertam, deste modo, para a importância de uma educação que permita a escolha, recusando a proibição do acesso a determinados conteúdos como uma questão fundamental de protecção da sociedade, à semelhança daquilo que muitos defendem. Na verdade, uma maior capacidade de processamento da informação permite um melhor uso desses dados nos diferentes contextos. Sem essa consciência e essa socialização quanto às vantagens dos meios de comunicação e aos seus limites, torna-se difícil para a maioria dos indivíduos actuar de modo consciente perante os diferentes conteúdos mediáticos.
- 23 Uma das preocupações de diversas entidades e investigadores tem sido analisar a avaliação das competências de literacia dos adultos. Apesar dos esforços já desenvolvidos nos países nórdicos, nos EUA, no Canadá ou na Austrália, ainda se está longe de alcançar uma produção científica visível sobre a medição eficaz de níveis de literacia mediática dos cidadãos, nomeadamente sobre o que medir, como medir e com que instrumentos.

2. A literacia mediática na sala de aula

- 24 Nada se constrói sem uma base sustentada. Qualquer professor sabe que a preparação e a devida planificação de uma aula requer, para além de disponibilidade mental, um trajecto que inclui leituras, mesmo que realizadas muitos anos antes, releituras, pesquisa e selecção. E todo este processo exige igualmente a selecção de uma série de objectivos que devem ser adequados à área de estudos e às competências que se pretende que os alunos venham a atingir. Apesar de tudo isto parecer parte do domínio comum, dadas as *nuances* que cada turma nos apresenta este é um trabalho sempre em aberto, e que impõe o recurso permanente à reflexividade e à auto-avaliação. Porém, nem sempre o tempo e a disponibilidade mental permitem a adequada ponderação entre o que foi planeado, o que foi feito e o que é atingido. Por muito sólida que seja a formação, por muito esforço despendido, os resultados não são por vezes considerados satisfatórios. Esta indefinição aumenta quando se pretende desenvolver uma competência como a literacia mediática,

em especial junto de futuros profissionais que vão operar no complexo campo dos meios de comunicação social.

- 25 A reflexão e a experiência exigem que, no caso das unidades curriculares nas áreas da comunicação e/ou da sociologia, a literacia mediática deva ser promovida como uma competência basilar, promotora da capacidade para *trabalhar* os e com os *media*. Deve optar-se por um modo crítico e consciente, partindo do básico em direcção ao mais complexo. Do mesmo modo, será necessário começar pela leitura e pela capacidade de pesquisa, filtrando a informação que realmente interessa para descodificar significados, seguindo depois para o incentivo, a aplicação da reflexividade e o hábito de análise e transformação do conhecimento, elementos que permitem fazer um uso consciente e formado dessa informação.
- 26 A União Europeia tem desenvolvido esforços no sentido de despertar os Estados-membros para a necessidade de promover a literacia mediática como um factor de competitividade e de inclusão dos cidadãos. É neste contexto que surge a definição de literacia mediática enquanto «capacidade para aceder aos *media*, de compreender e avaliar de modo crítico os diferentes aspectos dos *media* e dos seus conteúdos e de criar comunicações em diversos contextos», como está referido na Recomendação da Comissão Europeia de 20 de Agosto de 2009. Neste sentido, para além das competências técnicas para o desempenho das diferentes actividades urge desenvolver, junto dos estudantes, a capacidade para consultar, compreender e apreciar os conteúdos dos meios de comunicação com um sentido crítico e que permita fazer as devidas distinções. Nas mais recentes preocupações europeias acrescenta-se ainda que, na educação para os meios de comunicação, é também importante ter em conta os conteúdos em linha, a comunicação comercial e as obras audiovisuais. O aumento exponencial do uso dos meios tecnológicos e até o modo por vezes invasivo como estes se impõem na vida das pessoas tornam ainda mais necessário que se aprenda a lidar com toda a informação e com os produtos mediáticos com que diariamente se contacta, e que se compreenda como tal se pode conseguir.
- 27 O relatório *European Approach to media literacy in the digital environment* (2007, pp. 5-8) assinala a necessidade de promoção da literacia mediática no contexto da comunicação comercial, focando nomeadamente as questões relacionadas com o discurso publicitário e as obras audiovisuais e o ambiente em linha – quanto ao desenvolvimento de capacidades de pesquisa e selecção da informação na Internet. Uma das preocupações basilares tem sido a promoção de uma visão crítica dos meios de comunicação, que permita aos cidadãos usar estes meios de um modo consciente, onde estejam presentes também noções como direitos de autor ou responsabilidade (uma competência transversal e que deve ser continuamente lembrada e trabalhada em contexto de aula, nomeadamente junto de futuros profissionais produtores e reprodutores de conteúdos mediáticos). De facto, este é outro aspecto a ter em conta nesta nova economia dos *media*: o duplo papel que cada cidadão pode assumir, como consumidor e como produtor de conteúdos – daí a importância capital de se promover um conhecimento efectivo sobre o modo de funcionamento e/ou a capacidade descodificadora das mensagens mediáticas. Matteo Zacchetti sublinhou esse papel no I Congresso *Media, Literacia e Cidadania*, que decorreu em Braga, em 2011, ao reforçar, tal como defendem as recomendações da Comissão Europeia, que a literacia mediática acentua o nível de consciência: “(It) is a matter of inclusion and citizenship in today's information society. It is a fundamental skill not only for young people but also for adults and elderly people, parents, teachers and media professionals” (Zacchetti, 2011).

- 28 Zacchetti recordou ainda a dimensão transversal desta competência para o conjunto da sociedade, até porque «*media literacy is today regarded as one of the key pre-requisites for an active and full citizenship in order to prevent and diminish risks of exclusion from community life*» (Zacchetti, 2011).
- 29 Também João Carlos Correia apontou, no artigo “Comunicação, Cidadania e Literacia Mediática” (2002), a importância da aquisição das competências de acesso aos conteúdos e de avaliação e produção destes, no sentido da promoção de um papel mais activo de todos na sociedade, correspondente a uma transformação de receptores passivos em conhecedores habilitados (2002, p. 7).

3. Pode a Sociologia da Comunicação criar um agente competente em literacia mediática?

- 30 O projecto de trabalho final da unidade curricular de Sociologia da Comunicação, apresentado neste artigo, compreendeu a criação, a manutenção e a divulgação de um blogue administrado pelos alunos em regime de autonomia, sob coordenação e monitorização contínua ao longo do semestre. A temática dominante, e comum a todos os grupos, foi o universo da Sociologia da Comunicação, tendo como objectivo geral a aquisição de uma linguagem conceptual e científica apropriada e como objectivos específicos o desenvolvimento da capacidade de aplicar conhecimentos e a exploração de conceitos como *newsmaking*, *agenda-setting*, *gatekeeping* e fontes de informação, focos da matéria leccionada. Neste trajecto perspectivou-se ainda o desenvolvimento de competências analíticas e críticas para reflectir autonomamente sobre o campo mediático. O modo de verificação dessa «transformação» consistiu na análise dos conteúdos escritos quer em *posts* quer em comentários nos blogues. Todo o processo exigiu o envolvimento nas tarefas, a planificação destas e a respectiva distribuição de actividades. Isto incutiu nos alunos a noção da importância da gestão do tempo e da capacidade de pesquisa e selecção dos temas a figurar em cada inserção no blogue. Ao mesmo tempo requereu a mobilização da criatividade e a realização de sessões de *brainstorming* para a escolha do nome do blogue e dos temas, para além do debate e da discussão de ideias dentro de cada grupo de trabalho. É de salientar o facto de alguns dos blogues terem perdurado para além da duração da respectiva unidade curricular.
- 31 Em paralelo, estimulou-se a motivação para aprender e procurar saber mais sobre os temas abordados. A insistência na análise dos blogues de outros grupos e na participação crítica e construtiva nestes, para além da procura de informação, não só nos meios *online* mas também na comunicação social, levou à partilha e ao diálogo, tendo sido este um dos aspectos mais referidos pelos alunos na auto-avaliação. O trabalho em equipa, o sentido crítico e o contacto com uma ferramenta que não era dominada por todos despoletaram a colaboração entre colegas, demonstrando a importância da partilha de conhecimento e da cooperação na realização das tarefas.
- 32 Tendo a Sociologia da Comunicação uma base teórica que prevê uma aprendizagem relativa ao campo dos meios de comunicação e à sua evolução, experimentou-se, deste modo, a introdução de uma componente prática que integrasse não só as competências de pesquisa e selecção de informação mas também a aplicação crítica e fundamentada desses conhecimentos através da criação e manutenção de blogues cujo tratamento ficou ao critério de cada grupo de trabalho. O pensamento crítico, a capacidade de análise e a

escrita foram outros dos saber-fazer explorados, não só em contexto de aula mas também em regime de autonomia, pelos alunos, usando quer artigos disponibilizados por meios de comunicação social com presença na Internet quer reportagens, notícias e documentos publicitários retirados da imprensa escrita.

- 33 A experiência, de carácter exploratório, assentou na interdisciplinaridade com a unidade curricular de Inglês, promovendo deste modo um alargamento e um reforço de competências e habilidades cada vez mais necessárias ao exercício de actividades comunicacionais num mundo global.
- 34 O projecto descrito neste artigo definiu como estratégias de incentivo à literacia mediática, e de promoção desta, actividades de selecção de informação e de escrita e reescrita dos conteúdos, num processo entre o desempenho das tarefas e em regime de autonomia. Estas actividades foram pontuadas por quatro momentos faseados de verificação da evolução dos blogues: criação; planificação e selecção dos assuntos (temas a tratar); escrita; e revisão dos textos. Foi aproveitada a experiência da docente no campo do jornalismo para a elaboração e a edição de textos.
- 35 Para desenvolver e potenciar as capacidades de reflexão e sentido crítico, os grupos foram desafiados a comentar os textos dos colegas, e no final todos contribuíram para o debate e a análise da experiência.
- 36 Esta experiência visou o desenvolvimento das principais competências transversais da licenciatura, nomeadamente: capacidade de comunicação sob a forma escrita; capacidade de recolher, seleccionar, interpretar e confrontar estruturadamente informação pertinente; desenvolvimento de hábitos e métodos de pesquisa aplicada; capacidade de análise e sentido crítico; capacidade de planeamento, coordenação e organização; capacidade para assumir responsabilidades e condições inerentes à tomada de decisões; conhecimentos sobre organizações de diferente ordem; capacidade de diálogo no “saber estar” e “saber ser”; desenvolvimento de auto-respeito e respeito pelos outros.
- 37 Na avaliação que cada grupo desenvolveu em relação ao projecto é de salientar a consciencialização da aprendizagem, mas, acima de tudo, a percepção de que os alunos tinham sentido melhorias significativas nas capacidades de escrita, o facto de terem desenvolvido o hábito de revisão dos textos antes da publicação e a aquisição de um melhor conhecimento do campo mediático, essa arena conflituosa entre o universo do jornalismo, o marketing, a publicidade e as relações públicas. A exploração e as leituras sobre fontes de informação, *newsmaking*, *agenda-setting* e *gatekeeping* e a pesquisa de estudos que fundamentassem os pontos de vista juntaram-se ao desassossego de ler e reler autores no âmbito da Sociologia da Comunicação e da Cultura, que aumentou o conhecimento sobre a realidade comunicacional e ao mesmo tempo expandiu a «bagagem» a este respeito. É de salientar uma melhoria contínua das capacidades de escrita e um aumento do rigor relativamente às pesquisas, revelador de uma necessidade de procurar mais, descobrindo a origem dos fenómenos e aprimorando os critérios de selecção de fontes.
- 38 Vale ainda a pena referir que este exercício exploratório de análise e reflexão sobre um modo de abordar a literacia mediática em contexto de aula recorreu a uma abordagem metodológica de cariz qualitativo, onde se fez a análise ao conteúdo dos blogues e também se desenvolveu uma decomposição do discurso dos próprios alunos, quando no final se lhes solicitou uma auto-análise escrita acerca do projecto, na qual tiveram de identificar os três principais contributos do trabalho para a sua aprendizagem.

Considerações finais: sementes para a uso da literacia mediática

- 39 A primeira lição desta experiência assenta no facto de que a passagem do papel de receptor a também autor produz uma transformação concreta do conhecimento, ao mesmo tempo que aumenta a responsabilidade individual pelo trabalho produzido, através da obrigatoriedade de assinatura dos textos. Refira-se a este respeito a experiência de revisão dos textos, e a oportunidade que um blogue dá para que arestas possam ser limadas já após a publicação, fazendo-se as devidas correcções e dotando cada «autor» de um poder que antes não havia experimentado. Mas, mais do que isso, a aceitação e a incorporação de critérios mais exigentes de verificação de fontes e estudos, para aumentar a força argumentativa dos textos, são reveladoras de que o exercício desenvolveu avanços na aprendizagem. O desafio da escrita de alguns *posts* em Inglês e/ou a tradução de textos para uma melhor compreensão dos temas tratados foram tarefas consideradas difíceis e que se tornaram alvo de muitas resistências, que se atenuaram à medida que cada um sentia as suas próprias evoluções. Não sendo uma experiência dotada de validade científica, e nem sequer existindo essa pretensão, este ensaio exploratório em contexto de aula revelou que, no actual cenário educativo, com jovens mais familiarizados com as dimensões tecnológicas do que com os meios tradicionais, há espaço para a promoção de uma educação para os *media* integradora e capacitante relativamente à literacia mediática, desde que os alunos sejam estimulados no sentido de explorarem eles mesmos os temas que mais se enquadram nas suas experiências de vida. Os que são apenas estudantes optaram por criar blogues relativos a temas que pensam vir a explorar ao longo da sua actividade profissional, e os que já estão no mercado de trabalho optaram por blogues dentro da respectiva área. Inúmeras vezes, a solicitação de orientação para novas leituras revelou que através da motivação e do incentivo à descoberta também se desperta a vontade de aprender mais. O contacto com conteúdos mediáticos e o encorajamento quanto à descodificação dessas mensagens demonstraram ainda um aumento do conhecimento sobre a realidade comunicacional – um dos objectivos do projecto.
- 40 A experiência foi positiva e permitiu a mobilização de múltiplos conhecimentos e habilidades, mas, acima de tudo, promoveu uma aprendizagem onde a descoberta e o saber construídos através da observação da realidade mediática se interligaram com o enquadramento conceptual e teórico da unidade curricular. Em paralelo, a promoção do pensamento crítico e da discussão contínua despoletou melhorias comunicacionais visíveis na escrita e nos comentários verbais aos trabalhos dos colegas, tendo este *feedback* legitimado o reconhecimento entre pares, além de se reflectir nas tarefas colaborativas e nas referências que cada grupo ia desenvolvendo em relação aos colegas.
- 41 Por último, vale a pena ter em conta, tal como assinala Yuste, que na actualidade se procuram
- trabalhadores competentes em matéria de tecnologia, com capacidades já desenvolvidas, facilidade de adaptação à reciclagem contínua, recursos para aceder rapidamente à informação, preparação para analisar, avaliar e solucionar problemas e capacidade de decisão (2007, p. 150).
- 42 Neste sentido, cumpre reforçar que no âmbito de um curso de marketing, publicidade e relações públicas, e da promoção da literacia mediática, mas também digital e

informacional, se revelam competências prioritárias no sentido de desenvolver capacidades fundamentais para um exercício competente.

- 43 Numa altura em que a centralidade do processo de ensino-aprendizagem se reorientou para o aluno e prevê que este deva traçar o seu próprio caminho, importa testar metodologias que possam ser mais eficazes na promoção de competências, nomeadamente da tão almejada capacidade crítica, uma aptidão inúmeras vezes referida mas poucas vezes efectivamente trabalhada e desenvolvida em contexto de aula. Assim, do estímulo ao resultado, passando pela pesquisa, pela escrita, pela consciência e pela auto-estima, o projecto de criação de um blogue, imbuído da aplicação de habilidades comunicacionais e fomentadoras da literacia mediática, revelou-se uma experiência profícua, na medida em que despertou os discentes, já adultos, para uma maior consciencialização quanto ao modo de funcionamento das mensagens e dos processos mediáticos.
- 44 Num momento em que o ensino superior se encontra perante a ânsia de dar respostas em simultâneo e em várias frentes, considera-se importante testar caminhos que possibilitem atingir estes parâmetros mas, acima de tudo, ir mais além e promover a aquisição de capacidades mais desenvolvidas, onde a reflexão e a capacidade de transformação de conhecimentos em diferentes contextos estejam presentes. Após esta experiência, fica-se com a percepção de que as novas gerações, mas também os que agora regressam ao ensino, necessitam de um estímulo para trilhar a aventura da aprendizagem, e, mais do que isso, devem incorporar procedimentos reveladores da real aquisição de competências. Foi também por essa razão que se recorreu a um projecto de construção de um blogue: pela exigência e mobilização necessárias para a pesquisa e a redacção de textos próprios, mas, mais ainda, pela inclusão da elaboração de comentários, potenciadora de experiências capazes de promover a autonomia crítica – o primeiro objectivo sugerido por Masterman para a Educação para os Media na obra *Teaching Media Literacy*.
- 45 A literacia mediática é uma das competências cruciais para o bom desempenho de atividades profissionais, mas também «uma componente inalienável da cidadania», como se destaca no trabalho coordenado por Manuel Pinto, da Universidade do Minho, *Educação para os Media em Portugal. Experiências, actores e contextos*. A preocupação com o tema torna-se evidente quando as entidades internacionais se envolvem em projectos de incentivo e campanhas de promoção desta competência, ao mesmo tempo que surgem regulamentações que preconizam a necessidade de efectivamente se implementar a literacia mediática como uma competência vital em todos os níveis de ensino. Esta insistência aumentou quando os novos meios tecnológicos não só aceleraram o processo de propagação da informação e da comunicação como também complexificaram os modos de interacção comunicacional.
- 46 Após a declaração de Grünwald, em 1982, passou-se por sucessivas experiências em vários países de implementação de medidas com vista à real aquisição desta competência. Seguiu-se a promulgação de orientações mais específicas, como a Directiva 2007/65/CE do Parlamento Europeu e do Conselho Europeu, de 11 de Dezembro de 2007, na qual se defende que
- [a]s pessoas educadas para os *media* são capazes de fazer escolhas informadas, compreender a natureza dos conteúdos e serviços e tirar partido de toda a gama de oportunidades oferecidas pelas novas tecnologias das comunicações, [estando] mais

- aptas a protegerem-se e a protegerem as suas famílias contra material nocivo ou atentatório,
- 47 reforçando-se assim o papel fundamental que este tipo de literacia representa para o bom funcionamento da sociedade. Também a recomendação da Comissão Europeia de 20 de Agosto de 2009 sobre literacia mediática no ambiente digital acentua a necessidade de se criar uma comunidade inclusiva, promotora do pluralismo e da independência dos meios de comunicação social.
- 48 Em cada ano lectivo procura-se encontrar um modo de promover experiências de trabalho capazes não só de fomentar o pensamento crítico e a criatividade mas também de desenvolver habilidades consideradas essenciais no domínio dos saber-fazer da literacia da informação – tanto ao nível da capacidade de pesquisa, selecção e uso como ao das aptidões relacionadas com a literacia mediática, o uso dos conteúdos dos meios de comunicação e a sua adequada transformação em produto mediático.
- 49 Quando, no final do semestre, todos os grupos foram desafiados a elaborar uma auto-análise escrita ao trabalho desenvolvido e às aprendizagens adquiridas com esta experiência, verificou-se a satisfação com os resultados obtidos – nomeadamente quanto à consciência de um maior cuidado com a escrita e a revisão dos conteúdos, ao aumento da confiança e da auto-estima relativas aos processos comunicacionais e à melhoria das capacidades de selecção de informação (uma das maiores dificuldades de muitos alunos do ensino superior). No final do semestre, no debate informal sobre esta experiência, todos destacaram o desenvolvimento da capacidade de diferenciar conteúdos veiculados pelos meios de comunicação ou por outras fontes de informação, graças à aquisição de uma consciência mais crítica em relação aos conteúdos e fontes existentes *online*.
-

BIBLIOGRAPHY

- Castells, Manuel (2002), *A sociedade em rede. A era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura*, Vol.1, Fundação Calouste Gulbenkian, pp. 1-32.
- Gardies, René (org.) (2011), *Compreender o cinema e as imagens*, Edições Texto & Grafia.
- Gonnet, Jacques (2007), *Educação para os Média. As controvérsias fecundas*, Porto Editora.
- Lash, Scott (1999), *Crítica da Informação*, *Revista Crítica de Ciências Sociais*, n.º 54, pp. 13-30.
- Lash, Scott (2002), *Critique of information*, Sage.
- Lipovestky, Gilles, e Serroy, Jean (2007), *O ecrã global*, Edições 70.
- Masterman, Len (2005 [1985]), *Teaching media literacy*, London, Routledge.
- Pinto, Manuel (coord.) (2011), *Educação para os Média em Portugal: experiências, actores e contextos*, Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho, Entidade Reguladora para a Comunicação Social.

Tornero, José Manuel Pérez (coord.) (2007), *Comunicação e Educação na Sociedade da Informação*, Novas Linguagens e Consciência Crítica, Porto Editora, pp. 11-25; pp. 29-45; pp. 69-82.

Yuste, J. Luis González (2007), *Variáveis da Educação para a comunicação*. In: Tornero, J. M. Pérez (coord.), *Comunicação e Educação na Sociedade da Informação*, Novas Linguagens e Consciência Crítica, Porto Editora, pp. 137-174.

Publicações consultadas em linha:

Baptista, Vítor Reia (2011), *Literacia dos media como resultados de multi-aprendizagens multiculturais multimediáticas*, Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, UBI, disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/> [consultado em Maio 2013].

Correia, João Carlos (2002), *Cidadania, Comunicação e literacia mediática*, Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, UBI, disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/> [consultado em Janeiro 2013].

Heins, Marjorie, e Cho, Christina (2003), *Media Literacy: na alternative to censorship*, disponível em <http://www.fepproject.org/policyreports/medialiteracy.pdf> [consultado em Junho de 2013].

Lage, Maria Otília, e Dias, Ana Margarida (2010), *Literacia informacional e mediática no mundo digital e em contexto de ensino profissional: novo mito ou plano necessário de acção?*, disponível em <http://www.bad.pt/publicacoes/index.php/congressosbad/article/view/199>, [consultado em Outubro 2013].

Lopes, Paula Cristina (2011), *Literacia(s) e literacia mediática*. Working paper, disponível em http://www.cies.iscte.pt/destaques/documents/CIES-WP110_Lopes.pdf [consultado em Maio de 2013].

Pichette, Michel (2005), *L'education aux médias*. Dans *l'education des adultes au Québec*, disponível em http://classiques.uqac.ca/contemporains/pichette_michel/education_medias_ed_adultes_qc/education_medias_ed_adultes_qc.pdf [consultado em Outubro 2013].

Tornero, José Manuel Pérez, e Varis, Tapio (2010), *Media Literacy and new humanism*, Unesco, Institute for Information Technologies in Education, disponível em <http://iite.unesco.org/pics/publications/en/files/3214678.pdf> [consultado em Agosto de 2013].

Tuominen, Suvi, e Kotilainen, Sirkku (2012), *Pedagogies of Media and Information Literacies*. Moscovo: Unesco disponível em <http://iite.unesco.org/pics/publications/en/files/3214705.pdf> [consultado em Maio de 2013].

Zacchetti, Matteo (2011), *An European approach to media literacy*, in Pereira, Sara (org.), *Congresso Nacional «Literacia, Media e Cidadania», 25-26 Março 2011*, Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, disponível em <http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/lmc/article/view/524/493> [consultado em Setembro 2013].

Outras Fontes consultadas:

Comissão das Comunidades Europeias (2007), *Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões: uma Abordagem Europeia da Literacia Mediática no Ambiente Digital*.

Comissão das Comunidades Europeias (2009), *Recomendação da Comissão de 20 de Agosto de 2009 sobre Literacia Mediática no Ambiente Digital para uma Indústria Audiovisual e de Conteúdos Mais Competitiva e uma Sociedade do Conhecimento Inclusiva*.

UNESCO (1982), *Grünwald Declaration on Media Education*, Grünwald.

ABSTRACTS

O presente trabalho desenvolve uma reflexão em torno de uma competência básica na sociedade actual, a literacia mediática, e resulta do cruzamento entre a prática profissional, enquanto agente envolvido no campo dos Meios de Comunicação Social, e o ensino de disciplinas na área da Comunicação. Na ausência de uma cartilha de procedimentos que dê orientações precisas de como actuar, o ensino, em especial, o superior, deve ser capaz de desenvolver propostas de estímulo à aquisição desta competência. Deste modo, no artigo são identificadas algumas das estratégias de incentivo à capacidade de transformar os conteúdos mediáticos em *saber* útil a qualquer profissional de comunicação, desconstruindo-os.

The present paper develops a reflection around a basic skill in today's society, media literacy, and results from the intersection between professional practice, as an agent involved in the field of media, and the teaching in the field of communication. In the absence of a handbook of procedures with precise guidance on how to act, education, especially in a higher level, should be able to develop proposals to encourage the real acquisition of this competence. Thus, are identified in the article some strategies to encourage the ability to transform media contents in a useful learning tool for any communication professional.

INDEX

Keywords: media literacy, media field, skills, pedagogy, media content

Palavras-chave: literacia mediática, campo dos media, competência, pedagogia, conteúdos mediáticos

AUTHOR

ANDREIA FERNANDES SILVA

Isvouga – Instituto Superior de Entre Douro e Vouga e Faculdade de Letras da Universidade do Porto
a.silva@doc.isvouga.pt