



Organização
das Nações Unidas
para a Educação,
a Ciência e a Cultura



Alfabetização midiática e informacional



Currículo para formação de professores



Carolyn Wilson
Alton Grizzle
Ramon Tuazon
Kwame Akyempong
Chi-Kim Cheung



Alfabetização
midiática e
informacional

Currículo para
formação de
professores

Parte 1:

Matriz curricular e
de competências

Parte 2:

Módulos centrais
e módulos
complementares

Publicado pela
Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

Título original: Media and information literacy: curriculum for teachers. Publicado em 2011 pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, Setor de Comunicação e Informação (www.unesco.org/webworld)

© UNESCO 2013
Todos os direitos reservados

Esta versão em português é resultado de uma parceria entre a Representação da UNESCO no Brasil e o Centro de Educação a Distância e Aprendizagem com Tecnologias da Informação e Comunicação (Cead) da Universidade Federal do Triângulo Mineiro (UFTM).

Tradução: Dermeval de Sena Aires Júnior
Revisão técnica: Alexandra Bujokas de Siqueira e Martha Maria Prata Linhares
Revisão gramatical e ortográfica: Lúcia Leiria
Revisão editorial: Unidade de Publicações da Representação da UNESCO no Brasil
Diagramação: Unidade de Comunicação Visual da Representação da UNESCO no Brasil

Os autores são responsáveis pela escolha e pela apresentação dos fatos contidos nesta publicação, bem como pelas opiniões nela expressas, que não são necessariamente as da UNESCO, nem comprometem a Organização. As indicações de nomes e a apresentação do material ao longo desta publicação não implicam a manifestação de qualquer opinião por parte da UNESCO a respeito da condição jurídica de qualquer país, território, cidade, região ou de suas autoridades, tampouco a delimitação de suas fronteiras ou limites.

Wilson, Carolyn
Alfabetização midiática e informacional: currículo para formação de professores / Carolyn
Wilson, Alton Grizzle, Ramon Tuazon, Kwame Akyempong e Chi-Kim Cheung. – Brasília: UNESCO,
UFTM, 2013.
194 p.

ISBN: 978-85-7652-176-1

1. Alfabetização de informacional 2. Educação midiática 3. Qualificação do professor 4. Currículo de formação do professor 5. Currículo pedagógico I. Grizzle, Alton II. Tuazon, Ramon III. Akyempong, Kwame IV. Cheung, Chi-Kim V. UNESCO VI. Universidade Federal do Mato Grosso VII. Título

Créditos das Imagens

Capa (da esquerda para a direita, de cima para baixo):

1. © iStockphoto
2. CC BY Rodrigo Galindez
3. © iStockphoto
4. © 2008 Edson E. Whitney, cortesia da Photoshare
5. © 2005 Adnan Kabir, cortesia da Photoshare
6. © iStockphoto
7. © iStockphoto
8. © 2007 Rajal Thaker, cortesia da Photoshare
9. © iStockphoto
10. © iStockphoto
11. © iStockphoto
12. © 2005 Alain B. Labrique/JHSPH, cortesia da Photoshare

Páginas 13 e 43 (da esquerda para a direita, de cima para baixo):

1. CC BY Video Volunteers (VV)
2. © 2009 Dr. Urvisch Joshi, cortesia da Photoshare
3. © 2006 Hugh Rigby/CCP, cortesia da Photoshare
4. CC BY Video Volunteers(VV)
5. © 2008 Bob Msangi, cortesia da Photoshare

6. © 2009 Frederick Noronha, cortesia da Photoshare
7. CC BY C G-K
8. © 1997 CCP, cortesia da Photoshare
9. © 2007 Rajal Thaker, cortesia da Photoshare
10. © 2001 CCP, cortesia da Photoshare
11. © 2007 Arup Haldar, cortesia da Photoshare
12. © 2008 Edson E. Whitney, cortesia da Photoshare

- p. 58: CC BY Rodrigo Galindez
p. 77: © UN Photo/Martine Perret
p. 90: © 2008 Edson E. Whitney, cortesia da Photoshare
p. 100: © OSCE/Stephan Weixler/Áustria
p. 106: CC BY Gorski
p. 117: © 2003 Justin Fahey, cortesia da Photoshare
p. 125: © 2006 Hugh Rigby/CCP, cortesia da Photoshare
p. 133: © 2006 Sara Feldman, cortesia da Photoshare
p. 144: © 2007 William Ongala, cortesia da Photoshare
p. 152: CC BY Video Volunteers (VV)
p. 157: © 2009 Dr. Urvisch Joshi, cortesia da Photoshare
p. 170: CC BY Video Volunteers (VV)
p. 174: © 2007 Alfredo L. Fort, cortesia da Photoshare
p. 176: CC BY Paul Keller

Esclarecimento: a UNESCO mantém, no cerne de suas prioridades, a promoção da igualdade de gênero, em todas suas atividades e ações. Devido à especificidade da língua portuguesa, adotam-se, nesta publicação, os termos do gênero masculino, para facilitar a leitura, considerando as inúmeras menções ao longo do texto. Assim, embora alguns termos sejam grafados no masculino, eles referem-se igualmente ao gênero feminino.

Constituição da UNESCO

“[...]os Estados Partes desta Constituição, acreditando em oportunidades plenas e iguais de educação para todos, na busca irrestrita da verdade objetiva, e no livre intercâmbio de ideias e conhecimento, acordam e expressam a sua determinação em desenvolver e expandir os meios de comunicação entre os seus povos, empregando esses meios para os propósitos do entendimento mútuo, além de um mais verdadeiro e mais perfeito conhecimento das vidas uns dos outros [...]”.

AGRADECIMENTOS

Os autores agradecem a Wijayananda Jayaweera e Vladimir Gai por suas contribuições e por sua liderança decisiva, desde a idealização até a preparação final deste currículo. Os autores também agradecem as recomendações e os comentários das seguintes pessoas:

CONTRIBUIDORES DA VERSÃO ORIGINAL

— Revisores

Irmgarda Kasinskaite-Buddeberg, especialista de programa, UNESCO Paris

Andrew Puddephatt, diretor, *Global Partners and Associates*, Londres, Reino Unido

Fackson Banda, especialista de programa, UNESCO Paris

Boyan Radoykov, chefe de seção, Seção para o Acesso Universal e Preservação, UNESCO Paris

Indrajit Banerjee, diretor, Divisão de Sociedade de Informação, UNESCO Paris

Ralph Catts, pesquisador sênior, Escolas e Rede de Capital Social, *Scottish Applied Educational Research Scheme* (AERS)

Jaco Du Toit, assessor de comunicação, Assessoria de Comunicação e Informação, UNESCO Windhoek

Misako Ito, assessora de comunicação, Assessoria de Comunicação e Informação, UNESCO Rabat

Abel Caine, especialista de programa, UNESCO Paris

Toby Mendel, diretor executivo, *Centre for Law and Democracy*

— Outros colaboradores

Jutta Croll, diretora em exercício, *Stiftung Digitale Chancen*, Berlim, Alemanha

— Grupo de especialistas internacionais que se reuniu para cooperar na estratégia de preparação do currículo

Kwame Akyempong, diretor em exercício, *Centre for International Education, Sussex University*, Brighton, Reino Unido

Evelyne Bevort, diretora em exercício, *Centre de Liaison de l'Enseignement et des Moyens d'Information* (CLEMI), Paris, França

Fackson Banda, *SAB Limited – UNESCO Chair of Media and Democracy, Rhodes University*, Grahamstown, África do Sul

Albert K. Boekhorst, professor visitante, Departamento de Ciência da Informação, *University of Pretoria*, África do Sul

C. K. Cheung, formação de professores, Faculdade de Educação, *University of Hong Kong*, China

Noel Chicuecue, oficial profissional nacional, UNESCO Moçambique

Bandula P. Dayarathne, professora de pós-graduação e desenvolvimento de currículos, *National Institute of Education*, e professora visitante em educação midiática, *University of Colombo*, Sri Lanka

Carmilla Floyd, escritora, jornalista e especialista em mídia, Estocolmo, Suécia

Divina Frau-Meigs, vice-presidente, *International Association for Media and Communication Research* (IAMCR), Universidade de Paris, Sorbonne, França

Martin Hadlow, diretor, *Centre for Communication and Social Change, School of Journalism & Communication, University of Queensland*, Brisbane, Austrália

Jesus Lau, diretor, Biblioteca USBI VER, *Universidad Veracruzana*, México

Maria Ester Mancebo, professora de políticas educacionais, *Universidad de la República*, Montevideu, Uruguai

Penny Moore, consultora em pesquisa educacional e diretora executiva, *International Association of School Librarianship*, Wellington, Nova Zelândia

Renato Opertti, *International Bureau of Education*, UNESCO Genebra

Caroline Pontefract, chefe da Seção de Formação de Professores, UNESCO Paris

Rasha Omar, diretor, *Science Technology Track, Palestinian Curriculum Development Centre*, Ministério da Educação e da Educação Superior, Ramalá, Territórios Palestinos

José Manuel Perez Tornero, vice-presidente, *European Association for Viewers' Interest (EAVI)*, *General Secretary, International Association for Media Education (MENTOR)*, *Universidad Autónoma de Barcelona*, Espanha

Manuel Quintero, diretor-geral, *Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa*, México

Samy Tayie, presidente, *International Association for Media Education (MENTOR)*, Cairo, Egito

Toussaint Tchitchi, *Université d'Abomey-Calavi*, Benim

Jordi Torrent, gerente de projeto, *Media Literacy Education, Alliance of Civilizations*, Nações Unidas

Ramon R. Tuazon, diretor, *Technical Committee for Communication, Commission on Higher Education (CHED)*, e presidente, *Asian Institute of Journalism and Communication*, Filipinas

Carolyn Wilson, presidente, *Association for Media Literacy (AML)*, Ontário, Canadá, e instrutora, *Ontario Institute for Studies in Education, University of Toronto*, Canadá

— Segundo grupo de especialistas internacionais que se reuniu para revisar a primeira versão do currículo

Clement Lambert, professor, Artes da Linguagem/Alfabetização, Instituto de Educação, *University of the West Indies*, Jamaica

Susan Moeller, diretora, *International Center for Media and the Public Agenda (ICMPA)*, Salzburgo, Áustria

Roxana Morduchowicz, diretora do Programa Escola e Mídia do Ministério da Educação da Nação, Buenos Aires, Argentina

Jutta Croll, diretora em exercício, *Stiftung Digitale Chancen*, Berlim, Alemanha

Per Lundgren, membro, *Board of Directors, World Summit on Media for Children and Youth*, Karlstad, Suécia

Mouna Benslimane, professor, Escola de Ciência da Informação, Marrocos

Ana Naidoo, decano suplente, Faculdade de Educação, *University of Pretoria*, África do Sul

Asim Abdul Sattar, decano, Faculdade de Educação, *Maldives College of Higher Education*, Ilhas Maldivas

Ramon R. Tuazon, diretor, *Technical Committee for Communication, Commission on Higher Education (CHED)*, e presidente, *Asian Institute of Journalism and Communication*, Filipinas

Carolyn Wilson, presidente, *Association for Media Literacy (AML)*, Ontário, Canadá, e Instrutora, *Ontario Institute for Studies in Education, University of Toronto*, Canadá

C. K. Cheung, formação de professores, Faculdade de Educação, *University of Hong Kong*, China

Kwame Akyempong, diretor em exercício, *Centre for International Education, Sussex University*, Brighton, Reino Unido

Jordi Torrent, gerente de projeto, *Media Literacy Education, Alliance of Civilizations*, Nações Unidas

Renato Opertti, especialista de programa, *International Bureau of Education*, UNESCO Genebra

— Série de seminários e consultas regionais para a formação de orientadores para África do Sul, América Latina e Caribe, e Sul da Ásia

▶ África do Sul

Phindile Maureen Nxumalo, diretora do Departamento de Educação, *William Pitcher College*, Suazilândia

Wandile Sifundza, editor do informativo *SNAT Newsletter*, Associação Nacional de Professores da Suazilândia

Musa Hlophe, designer de currículos de matemática, responsável pela Seção de Informação do *National Curriculum Centre* (NCC), África do Sul

Mafata Paul Mafata, *Lesotho College of Education*, Lesoto

Mabataung Metsing, *National Curriculum Development Centre*, África do Sul

John Nyambe, *National Institute of Educational Development*, Namíbia

Gerhard Nglangi, professor universitário, *Rundu College of Education*, Namíbia

Allen Chaida, professor universitário, *Caprivi College of Education*, Namíbia

Tulonga Henoeh, professor universitário, *Ongwediva College of Education*, Namíbia

Elizabeth Brown, professora universitária, *University of Namíbia*, Namíbia

Andrew Stevens, professor universitário, *Rhodes University*, África do Sul

Pentecost Nkhoma, professor universitário, *Tshwane University of Technology*, Pretória, África do Sul

Les Meiring, professor universitário, *Nelson Mandela Metropolitan University*, Port Elizabeth, África do Sul

Mandie Uys, professor universitário, *North-West University*, África do Sul

Gerrit Stols, *University of Pretoria*, África do Sul

Ana Naidoo, decana suplente, Faculdade de Educação, *University of Pretoria*, África do Sul

Mary Anne Hood, professora universitária, *University of Fort Hare*, East London, África do Sul

Sikhonzile Ndlovu, gerente de formação em mídia, *Gender Links*, Johannesburgo, África do Sul

Maryna Roodt, professora universitária, *Central University of Technology*, Bloemfontein, África do Sul

Van Heerden, professor universitário, *University of Western Cape*, África do Sul

Marianne Hicks, professora universitária, Estudos Internacionais, *Monash University*, África do Sul

Ina Fourie, professora associada, Departamento de Ciência da Informação, *University of Pretoria*, África do Sul

Johan van Wyk, bibliotecário, *University of Pretoria*, África do Sul

▶ América Latina e Caribe

Joseph Mckenzie, professor universitário sênior, *Moneague Teachers' College*, Jamaica

Lorraine Jeanette Campbell, diretora de educação, *Edna Manley College of the Visual & Performing Arts*, Kingston, Jamaica

Hirfa Morrison, bibliotecária, *Excelsior Community College*, Kingston, Jamaica

Zellyne Jennings-Craig, diretora, Faculdade de Educação, *University of West Indies*, Mona, Jamaica

Sonia Bennet-Cunningham, diretora geral, VTDI, HEARTTrust/NTA, Kingston, Jamaica

Deborah Francis, professora universitária sênior, *St Joseph's Teachers*, Kingston, Jamaica

Dahlia Palmer, professora universitária, *Shortwood Teachers' College*, Kingston, Jamaica

Barbara Foster, coordenadora, *University of West Indies*, Mona, Jamaica

Catherine Gibson, orientadora de estudos em negócios, *Erdiston Teachers' Training College*, Barbados

Linda Rozenbald, educadora de professores, *Advanced Teacher Trainer College*, Leysweg, Suriname

Jennifer Palmer Crawford, HoD, Formação de Professores, *Clarence Fitzroy Bryant College*, Guadalupe

Royston Emmanuel, professor universitário, *Sir Arthur Lewis Community College*, Santa Lúcia

Jacqueline Morris, professora universitária, Universidade de Trinidad e Tobago

Lionel Douglas, professor assistente, Universidade de Trinidad e Tobago

Valentine Telemaque, orientadora de TIC, *Northeast Comprehensive School*, Wesley, Dominica

Erika Vasquez, diretora, Departamento Educacional Básico, Universidade Nacional da Costa Rica

Sylvia James-Mitchell, professora universitária, *T.A. Marryshow Communication College*, Granada

Bob Harris, jornalista *freelance*, PBC TV, Kingston, Jamaica

Marlon Dixon, operador de câmera, PBC TV, Kingston, Jamaica

Gillian Bernard, consultora, UNESCO Kingston, Jamaica

Elizabeth Terry, diretora, ICT4D Jamaica, e diretora, *Projects and Partnerships*, HEART Trust/NTA

Isidro Fernandez-Aballi, assessor de informação e comunicação para o Caribe, UNESCO Kingston, Jamaica

Erika Walker, oficial de programa nacional no Setor de Comunicação e Informação, UNESCO Kingston, Jamaica

Melody Palmer, gerente de programa e coordenadora de rede, ICT4D Jamaica

▶ Sul da Ásia

Braza Gopal Bhowmick, secretária, *National Curriculum and Textbook Board*, Dhaka, Bangladesh

Rayhana Taslim, professora assistente, *Teacher's Training College*, Dhaka, Bangladesh

Shameem Reza, professor assistente, Departamento de Comunicação em Massa e Jornalismo, *University of Dhaka*, Bangladesh

Jigme Choden, Ministério da Informação e das Comunicações, Thimphu, Butão

Yeshey Yang, oficial de política e planejamento, Ministério da Informação e das Comunicações, Thimphu, Butão

Mohammad Akhtar Siddiqui, diretor, *National Council for Teacher Education* (NCTE), Nova Deli, Índia

Arul Selvan, professor associado, *School of Journalism and New Media Studies*, IGNOU, Nova Deli, Índia

Mahalakshmi Jayaram, ex-professora, *Asia College of Journalism*, Chennai

Shuhudha Rizwan, oficial de desenvolvimento educacional, *Centre for Continuing Education*, Ministério da Educação, Male, Maldivas

Abdul Rasheed Ali, decano, Faculdade de Artes, *Maldives College of Higher Education*, Male, Maldivas

Ima Naryan Shrestha, oficial de capacitação, *National Centre for Educational Development* (NCED), Nepal

Shreeram Lamichhane, *Teacher Training Institute*, Nepal

Anjum Zia, diretora, *DJO Mass Communication*, *Lahore College*, *University for Women*, Lahore, Paquistão

Anthony D'Silva, *Notre Dame Institute of Education*, Karachi, Paquistão

Pradeepa Wijetunge, diretor, *National Institute of Library & Information Sciences* (NILIS), Colombo, Sri Lanka

Premila Gamage, bibliotecária, *Institute of Policy Studies of Sri Lanka* (IPS), Colombo, Sri Lanka

Sumário

Prefácio 11

Parte 1:
Matriz curricular e de competências 13

Parte 2:
Módulos centrais e módulos complementares 43

Glossário181

Prefácio

Vivemos em um mundo no qual a qualidade da informação que recebemos tem um papel decisivo na determinação de nossas escolhas e ações, incluindo nossa capacidade de usufruir das liberdades fundamentais e da capacidade de autodeterminação e desenvolvimento. Movida pelos avanços tecnológicos nas telecomunicações, manifesta-se também a proliferação das mídias e de outros provedores de informação, por meio de grandes quantidades de informação e conhecimento que são acessadas e compartilhadas pelos cidadãos. Com esse fenômeno, e partindo dele, existe o desafio de avaliarmos a relevância e a confiabilidade da informação sem quaisquer obstáculos ao pleno usufruto dos cidadãos em relação aos seus direitos à liberdade de expressão e ao direito à informação. É nesse contexto que a necessidade da alfabetização midiática e informacional (AMI) deve ser vista: ela expande o movimento pela educação cívica que incorpora os professores como os principais agentes de mudança.

O presente Currículo de Alfabetização Midiática e Informacional para Formação de Professores é um importante recurso para os Estados-membros em seu contínuo trabalho de realizar os objetivos da Declaração de Grünwald (1982), da Declaração de Alexandria (2005) e da Agenda de Paris da UNESCO (2007) – todas elas relacionadas à AMI. Ele tem um papel pioneiro por duas razões. Em primeiro lugar, lança seu olhar adiante, partindo das atuais tendências de convergência entre o rádio, a televisão, a internet, os jornais, os livros, os arquivos digitais e as bibliotecas rumo a uma única plataforma – apresentando, assim, a AMI de uma maneira holística. Em segundo lugar, foi especificamente projetado tendo em mente os professores e com vistas à integração no sistema formal de educação, lançando assim um processo catalítico que deve alcançar e capacitar milhões de jovens.

A UNESCO não mediu esforços para garantir que fosse empregada uma abordagem sistemática e abrangente na preparação deste Currículo de AMI para Formação de Professores. Incluiu redação, revisão e validação por especialistas de um amplo leque de disciplinas, como mídia, informação, TICs, educação e desenvolvimento curricular. O trabalho iniciou em 2008 e envolveu a reunião de um grupo internacional de especialistas que assessorou na estratégia de preparação do currículo; o mapeamento dos recursos globais de formação em AMI; o pedido da primeira versão do currículo a quatro grupos de especialistas; a realização de uma segunda reunião internacional do grupo de especialistas, para revisar a primeira versão e uma série de testes de campo por meio de seminários de formação e consultas no Sul da África, na América Latina e no Caribe, e no Sul da Ásia; e a preparação de uma segunda versão do documento, com uma rodada final de edição de linguagem e conteúdo.

Esta publicação está dividida em duas partes. A Parte 1 traz a Matriz Curricular e de Competências em AMI, com uma visão geral do raciocínio que orienta o currículo, seu desenho e seus temas principais. Ela é complementar à série “Padrões de competência em TICs para professores”, da UNESCO (2008). A Parte 2 inclui os Módulos Centrais e os Módulos Complementares do currículo. O Currículo de AMI para Formação de Professores será traduzido para árabe, francês, russo, espanhol e, eventualmente, para outras línguas, como esta versão para português.

A preparação desse Currículo de AMI para Formação de Professores representa o componente de uma abrangente estratégia para fomentar sociedades alfabetizadas em mídia e informação e para promover a cooperação internacional. Outras ações incluem a preparação de uma matriz global de indicadores de AMI, com a criação de uma rede universitária de AMI; a articulação de diretrizes para a preparação de políticas e estratégias nacionais de AMI; e o estabelecimento de uma *Clearinghouse* internacional sobre AMI em cooperação com a Aliança de Civilizações das Nações Unidas.

A UNESCO está satisfeita com o interesse global manifestado a respeito deste Currículo de AMI para Formação de Professores. Estamos certos de que esse interesse trará resultados positivos na segunda fase da iniciativa: adaptação e condução do currículo em instituições de formação de professores em todas as regiões do mundo. Acreditamos que, em última instância, este currículo contribuirá para a inovação e o aprimoramento em todos os níveis educacionais.

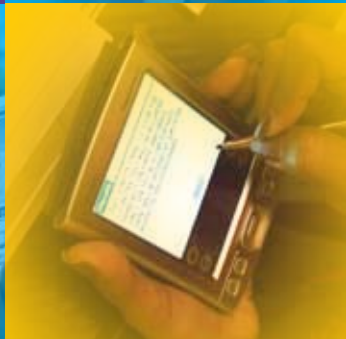
Agradecemos aos muitos parceiros que participaram deste processo.

Jānis Kārklīņš

Diretor-geral assistente

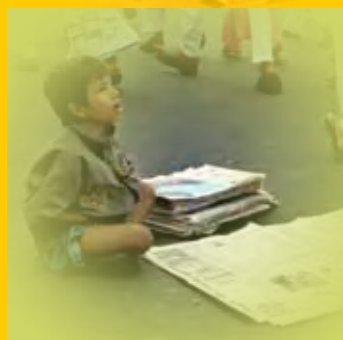
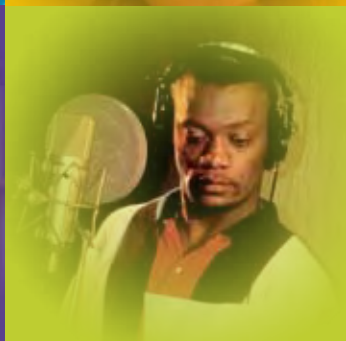
Setor de Comunicação e Informação

UNESCO



Parte 1

Matriz curricular e de competências



Introdução	16
A unificação das noções de alfabetização midiática e informacional	18
Benefícios e requisitos da AMI	20
Principais tópicos do Currículo de AMI para Formação de Professores	21
A matriz curricular	22
Política e visão	24
Conhecimentos sobre mídia e informação para o discurso democrático e a participação social	25
Avaliação midiática e informacional	27
Produção e uso das mídias e da informação	28
Competências centrais para professores	29
Pedagogias no ensino e na aprendizagem da AMI: o uso do currículo	35
Apêndice: Fontes selecionadas em alfabetização midiática e informacional	39

INTRODUÇÃO

O Artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos estabelece que “Todo ser humano tem direito à liberdade de opinião e expressão; esse direito inclui a liberdade de opinar livremente e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios, independentemente de fronteiras”. A alfabetização midiática e informacional (AMI) proporciona aos cidadãos as competências necessárias para buscar e usufruir plenamente dos benefícios desse direito humano fundamental.

Esse direito é reforçado pela Declaração de Grünwald, de 1982, que reconhece a necessidade de os sistemas políticos e educacionais promoverem a compreensão crítica, pelos cidadãos, dos “fenômenos da comunicação” e sua participação nas (novas e antigas) mídias. O direito também é reforçado pela Declaração de Alexandria, de 2005, que coloca a alfabetização midiática e informacional no centro da educação continuada. Ela reconhece como a AMI

empodera as pessoas de todos os estilos de vida a procurar, avaliar, usar e criar a informação de forma efetiva para atingirem suas metas pessoais, sociais, ocupacionais e educacionais. Trata-se de um direito humano básico em um mundo digital que promove a inclusão social em todas as nações¹.

16

As mídias e outros provedores de informação, como bibliotecas, arquivos e internet, são amplamente reconhecidos como ferramentas essenciais para auxiliar os cidadãos a tomarem decisões bem informadas. São também os meios pelos quais as sociedades aprendem sobre elas mesmas, mantêm discursos públicos e constroem um sentido de comunidade. Os canais de mídia e demais TICs² podem ter um grande impacto sobre a educação continuada, e, por isso, os cidadãos precisam de um conhecimento básico sobre as funções das mídias e de outros provedores de informação e sobre como acessá-los. O propósito da alfabetização midiática e informacional é transmitir esse conhecimento aos usuários.

A alfabetização midiática e informacional incorpora conhecimentos essenciais sobre (a) as funções da mídia, das bibliotecas, dos arquivos e de outros provedores de informação em sociedades democráticas; (b) as condições sob as quais as mídias de notícias e os provedores de informação podem cumprir efetivamente essas funções; e (c) como avaliar o desempenho dessas funções pela avaliação dos conteúdos e dos serviços que são oferecidos. Esse conhecimento, por sua vez, deveria permitir que os usuários se engajassem junto às mídias e aos canais de informação de uma maneira significativa. As competências adquiridas pela alfabetização midiática e informacional podem equipar os cidadãos com habilidades de raciocínio crítico, permitindo que eles demandem serviços de alta qualidade das mídias e de outros provedores de informação. Conjuntamente os cidadãos fomentam um ambiente propício em que as mídias e outros provedores de informação possam prestar serviços de qualidade.

Em função de sua ubiquidade geográfica e cultural, as mídias de notícias assumem claramente um lugar mais proeminente do que outras mídias nessa matriz curricular e de compe-

1 NATIONAL FORUM ON INFORMATION LITERACY, BEACONS OF THE INFORMATION SOCIETY, Alexandria, 9 Nov. 2005. The Alexandria Proclamation on Information Literacy and Lifelong Learning. Alexandria: IFLA, UNESCO, 2005.

2 Nota de Tradução (NT): *Tecnologias da informação e comunicação* (TICs) e *novas mídias* são os termos mais comumente usados para descrever os aparatos que veiculam conteúdo multimodal digital e permitem comunicação de duas vias. *Meios de comunicação de massa* é a expressão mais comumente usada para descrever a radiodifusão, que veicula imagem e som e permite a comunicação de uma via.

tências. Elas representam um sistema multifacetado de fluxos de informações. Como uma instituição, as mídias de notícias têm funções específicas a cumprir de acordo com as expectativas das sociedades democráticas. Tradicionalmente, as mídias de radiodifusão – devido à sua ubiquidade e à escassez do espectro de transmissões – têm sido reguladas de modo a garantir o equilíbrio, ao passo que as mídias impressas não sofrem tal regulação. Têm-se desenvolvido sistemas de autorregulação nas mídias de notícias como uma alternativa à regulação estatal, a fim de proporcionar alguma prestação de contas ao interesse público.

Esse sistema de autorregulação remonta a alguns valores e princípios éticos específicos. Como tal, o público tem uma expectativa específica sobre as mídias de notícias, fazendo com que elas estejam sujeitas à crítica pública caso não desempenhem seu papel de acordo com essa expectativa. Assim, essa matriz constitui-se em uma lente por meio da qual as mídias de notícias podem ter avaliadas suas funções, as condições em que desempenham essas funções e a forma como o público apropria-se de suas transmissões.

O fortalecimento da AMI entre os alunos requer que os próprios professores sejam alfabetizados em mídia e informação. O trabalho inicial com professores é a estratégia central para se alcançar um efeito multiplicador: de professores alfabetizados em termos informacionais para seus alunos e, eventualmente, para a sociedade em geral. Os professores alfabetizados em conhecimentos e habilidades midiáticas e informacionais terão capacidades aprimoradas de empoderar os alunos em relação a aprender a aprender, a aprender de maneira autônoma e a buscar a educação continuada. Educando os alunos para alfabetizarem-se em mídia e informação, os professores estariam respondendo, em primeiro lugar, a seu papel como defensores de uma cidadania bem informada e racional; e, em segundo lugar, estariam respondendo a mudanças em seu papel de educadores, uma vez que o ensino desloca seu foco central da figura do professor para a figura do aprendiz.

Os professores mais provavelmente adotarão o Currículo de AMI se este estiver relacionado às estratégias pedagógicas que melhoram a forma de ensinar matérias escolares tradicionais. O fomento das mudanças no setor educacional que resultariam da introdução da AMI e seu impacto sobre o desenvolvimento profissional de professores são importantes metas desta Matriz Curricular e de Competências.

A UNIFICAÇÃO DAS NOÇÕES DE ALFABETIZAÇÃO MIDIÁTICA E INFORMACIONAL

A Matriz Curricular e de Competências em AMI da UNESCO combina duas áreas distintas – a alfabetização midiática e a alfabetização informacional – em um único conceito: alfabetização midiática e informacional. Ela vai além daquilo que as terminologias significam individualmente, tal como mostra a Figura 1, alcançando uma noção unificada que incorpora elementos tanto da alfabetização midiática quanto da alfabetização informacional³, transmitindo os propósitos e os objetivos da AMI.

Figura 1: Resultados e elementos da alfabetização midiática e informacional⁴

Alfabetização informacional

Definição e articulação de necessidades informacionais	Localização e acesso à informação	Acesso à informação	Organização da informação	Uso ético da informação	Comunicação da informação	Uso das habilidades de TICs no processamento da informação
--	-----------------------------------	---------------------	---------------------------	-------------------------	---------------------------	--

18

Alfabetização midiática⁵

Compreensão do papel e das funções das mídias em sociedades democráticas	Compreensão das condições sob as quais as mídias podem cumprir suas funções	Avaliação crítica do conteúdo midiático à luz das funções da mídia	Compromisso junto às mídias para a autoexpressão e a participação democrática	Revisão das habilidades (incluindo as TICs) necessárias para a produção de conteúdos pelos usuários
--	---	--	---	---

Por um lado, a alfabetização informacional enfatiza a importância do acesso à informação e a avaliação do uso ético dessa informação. Por outro, a alfabetização midiática enfatiza a capacidade de compreender as funções da mídia, de avaliar como essas funções são desempenhadas e de engajar-se racionalmente junto às mídias com vistas à autoexpressão. A Matriz Curricular e de Competências em AMI para formação de professores incorpora ambas as ideias. Diversas definições ou conceitos de educação em alfabetização midiática e alfabetização informacional apontam para competências que enfatizam o desenvolvimento de habilidades a partir de investigações e a capacidade de engajamento significativo junto às mídias e aos canais de informação independentemente das tecnologias usadas.

Existem duas escolas principais de pensamento emergindo sobre a relação entre estes campos convergentes, a alfabetização midiática e a alfabetização informacional. Para alguns, a alfabetização informacional é considerada um campo mais amplo de estudos,

3 NT: No Brasil, os termos *alfabetização* e *letramento* são usados em referência a habilidades de leitura e escrita. Este documento não irá tratar das nuances dessas duas expressões. Os editores optaram pelo termo *alfabetização* para aproximar-se da expressão que tem sido usada em língua espanhola e praticada na Espanha e em países da América: *alfabetización informacional*, ou ALFIN.

4 Adaptado de Ralph Catts e Jesus Lau (2008).

5 Aqui, as habilidades de TICs ou a alfabetização digital não foram destacadas propositalmente. A intenção não é atribuir menor importância às TICs, e sim reconhecer que essa questão já foi suficientemente abordada pela série da UNESCO "Padrões de competência em TIC para professores", de 2008.

incluindo a alfabetização midiática; para outros, a alfabetização informacional é apenas uma parte da alfabetização midiática, que, por sua vez é vista como o campo mais amplo. Entretanto, um grupo de especialistas internacionais reunido pela UNESCO apontou as distinções, bem como as semelhanças, entre as mídias e outros provedores de informação. Considerem-se as seguintes terminologias usadas por diversos atores no mundo todo.

- Alfabetização midiática
- Alfabetização informacional
- Liberdade de expressão e alfabetização informacional
- Alfabetização no uso de bibliotecas
- Alfabetização no acesso a notícias
- Alfabetização computacional
- Alfabetização no uso da internet
- Alfabetização digital
- Alfabetização cinematográfica
- Alfabetização no uso de jogos
- Alfabetização televisiva, alfabetização publicitária

Existem relações óbvias entre essas noções (ver Figura 2). Nem todas essas ligações são explicadas neste documento. Algumas delas, porém, estão entre as atividades relacionadas no módulo introdutório (módulo 1) do Currículo de AMI produzido pela UNESCO. Vale destacar que, à medida que os professores adquirirem mais conhecimento sobre a AMI, eles se depararão com esses termos e, pelo menos, estarão familiarizados com eles. Muitas dessas terminologias continuam sendo objeto de discussão e são aplicadas de maneiras distintas, dependendo do contexto profissional ou da prática cultural das comunidades às quais pertencem seus usuários. Globalmente, muitas organizações usam a expressão *mídia-educação* (ME), que às vezes é aceita como um conceito que abrange tanto a alfabetização midiática quanto a alfabetização informacional. O uso que a UNESCO faz da expressão *AMI* busca harmonizar as diferentes noções à luz de plataformas convergentes de utilização.

Esta Matriz Curricular e de Competências em AMI é um modelo que a UNESCO busca usar para prover sistemas de educação de professores em países desenvolvidos e em desenvolvimento com uma matriz capaz de construir um programa de formação para professores alfabetizados em mídia e informação. A UNESCO também antevê que os educadores revisarão a matriz e assumirão o desafio de participar do processo coletivo de adaptar e enriquecer o currículo como um documento vivo. Por esse motivo, o currículo focaliza apenas as competências e as habilidades centrais requeridas que possam ser consistentemente integradas à educação já existente de professores, sem sobrecarregar demais os (já sobrecarregados) professores em formação.

Figura 2: A ecologia da AMI: noções de AMI



BENEFÍCIOS E REQUISITOS DA AMI

A alfabetização midiática e informacional aprimora a capacidade das pessoas de usufruírem de seus direitos humanos fundamentais, em especial os expressos no Artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos, segundo o qual “Todo ser humano tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras”.⁶

Os principais benefícios da AMI estão expressos a seguir:

1. no processo de ensino e aprendizagem, equipa os professores com um conhecimento aprimorado que contribuirá com o empoderamento dos futuros cidadãos;
2. a alfabetização midiática e informacional transmite conhecimentos cruciais sobre as funções das mídias e dos canais de informação nas sociedades democráticas. Além disso, fornece uma compreensão razoável sobre as condições necessárias para cumprir essas funções efetivamente e as habilidades requeridas para avaliar o desempenho das mídias e dos provedores de informação à luz das funções esperadas;
3. uma sociedade alfabetizada em mídia e informação promove o desenvolvimento de mídias livres, independentes e pluralistas, e de sistemas abertos de informação.

20

A fim de usufruir dos benefícios da AMI, são necessários os seguintes requisitos.

1. a alfabetização midiática e informacional deve ser considerada como um todo e deve incluir uma combinação de competências (conhecimentos, habilidades e atitudes);
2. o currículo da AMI deve permitir que os professores ensinem a alfabetização midiática e informacional aos alunos com o objetivo de prover-lhes as ferramentas essenciais para que eles possam engajar-se junto às mídias e aos canais de informação como jovens cidadãos autônomos e racionais;
3. os cidadãos devem ter conhecimentos sobre a localização e o consumo de informações, bem como sobre a produção de informações;
4. as mulheres, os homens e os grupos marginalizados, como as pessoas com deficiências, os povos indígenas ou as minorias étnicas, devem ter acesso igualitário à informação e ao conhecimento;
5. a AMI deve ser vista como uma ferramenta essencial para facilitar o diálogo intercultural, a compreensão mútua e a compreensão cultural entre os povos.

6 NAÇÕES UNIDAS. Declaração Universal dos Direitos Humanos. New York: ONU, 1948. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001394/139423por.pdf>>.

PRINCIPAIS TÓPICOS DO CURRÍCULO DE AMI PARA FORMAÇÃO DE PROFESSORES

A Matriz Curricular e de Competências em AMI deve ser interpretada à luz dos contextos específicos em que o referencial será utilizado. Nesse sentido, ela é uma ferramenta flexível que pode ser adaptada a diferentes contextos nacionais. Basicamente, a matriz curricular apresenta uma estrutura para o desenvolvimento de um programa de estudos sobre alfabetização midiática e informacional, em meio a diferentes níveis de engajamento junto às mídias e aos canais de informação. As competências identificam os conhecimentos, as habilidades e a atitude que devem ser desenvolvidos com o currículo.

De modo geral, o Currículo de AMI incluído nesta publicação visa a auxiliar os professores a explorar e compreender a AMI, abordando os seguintes pontos:

- as funções das mídias e de outros provedores de informação; como eles operam e quais são as condições ótimas necessárias para o cumprimento eficaz dessas funções;
- como a informação apresentada deve ser criticamente avaliada dentro do contexto específico e amplo de sua produção;
- o conceito de independência editorial e jornalismo como uma disciplina de verificação;
- como as mídias e outros provedores de informação poderiam contribuir racionalmente para promover as liberdades fundamentais e a aprendizagem continuada, especialmente à medida que eles relacionam como e por que os jovens acessam e usam as mídias e a informação hoje, e como eles selecionam e avaliam esses conteúdos;
- ética nas mídias e ética na informação;
- as capacidades, os direitos e as responsabilidades dos indivíduos em relação às mídias e à informação;
- padrões internacionais (Declaração Universal dos Direitos Humanos), liberdade de informação, garantias constitucionais sobre liberdade de expressão, limitações necessárias para impedir a violação dos direitos do próximo (questões como linguagem hostil, difamação e privacidade);
- o que se espera das mídias e dos outros provedores de informação (pluralismo e diversidade como normas);
- pontes de informação e sistemas de armazenamento e organização de dados;
- processos de acesso, busca e definição de necessidades informacionais;
- ferramentas de localização e busca de dados;
- como entender, organizar e avaliar informações, incluindo a confiabilidade das fontes;
- criação e apresentação de informações em diversos formatos;
- preservação, armazenamento, reutilização, gravação, arquivamento e apresentação de informações em formatos utilizáveis;
- uso de informações para a resolução de problemas e para a tomada de decisões na vida pessoal, econômica, social e política. Apesar de ser extremamente importante, este item representa uma extensão da AMI que está muito além do escopo do presente currículo.

A MATRIZ CURRICULAR

Com base nas recomendações do grupo de especialistas da UNESCO sobre AMI⁷ e nos módulos desenvolvidos no currículo em consonância com a matriz, foram delineadas três áreas temáticas centrais inter-relacionadas como as áreas curriculares amplas com base nas quais o Currículo de AMI para Formação de Professores foi estruturado. São elas:

1. o conhecimento e a compreensão das mídias e da informação para os discursos democráticos e para a participação social;
2. a avaliação dos textos de mídia e das fontes de informação;
3. a produção e o uso das mídias e da informação.

Essas três áreas foram ligadas a seis outras de educação geral e desenvolvimento de professores, a fim de descrever sua progressiva relação e criar uma matriz curricular de AMI para formação de professores pela UNESCO (ver Tabela 1).

A matriz curricular de AMI e os módulos curriculares que a acompanham são não prescritivos, de modo a facilitar sua adaptação às estratégias globais, regionais e nacionais (para mais informações, ver as seções “Processo de adaptação e estratégias de integração” e a introdução da parte 2 desta publicação). Eles devem ser suficientemente flexíveis para serem adaptados aos diferentes sistemas educacionais e institucionais e às necessidades locais. Porém, a UNESCO considera que qualquer contato produtivo dos professores com a AMI deve necessariamente incluir elementos que enfatizem as liberdades fundamentais, como delineadas no Artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos. Qualquer que seja a forma adaptada, o Currículo de AMI deve auxiliar a desenvolver a compreensão dos professores sobre a importância dessas liberdades e desses direitos fundamentais como partes da educação cívica, primeiro no ambiente da sala de aula e depois nos ambientes local e global.

O Currículo de AMI é relevante em ambientes impressos e audiovisuais, incluindo jornais, livros, meios de radiodifusão, como rádio e televisão, em meios de notícias *online* e em outros provedores de informação. Assim, a formação de professores em AMI não deve ser vista como algo reservado apenas àqueles que têm acesso a tecnologias avançadas. É igualmente aplicável em contextos nos quais o uso de tecnologias avançadas é limitado.

7 Este documento baseia-se nas recomendações do grupo internacional de especialistas da UNESCO sobre currículos de formação de professores em alfabetização midiática e informacional (2008).

Tabela 1: A matriz curricular de AMI para formação de professores

Dimensões curriculares			
Áreas curriculares centrais	Conhecimento das mídias e da informação para discursos democráticos	Avaliação das mídias e da informação	Produção e uso das mídias e da informação
Política e visão	Preparação de professores alfabetizados em mídia e informação	Preparação de estudantes alfabetizados em mídia e informação	Promoção de sociedades alfabetizadas em mídia e informação
Currículo e avaliação	Conhecimentos sobre mídia, bibliotecas, arquivos e outros provedores de informação, suas funções e as condições necessárias para seu desempenho	Compreensão dos critérios para a avaliação de textos de mídia e das fontes de informação	Habilidades para explorar como a informação e os textos de mídia são produzidos, o contexto social e cultural da informação e a produção da mídia; usos pelos cidadãos; e com quais propósitos
Pedagogia	Integração das mídias e da informação no discurso da sala de aula	Avaliação de conteúdos das mídias e de outros provedores de informação para a resolução de problemas	Conteúdos gerados pelos usuários e uso no ensino e aprendizagem
Mídia e informação⁸	Mídias impressas – jornais e revistas; provedores de informação – bibliotecas, arquivos, museus, livros, periódicos etc.	Mídias transmitidas – rádio e televisão	Novas mídias – internet, redes sociais, plataformas de exposição (computadores, celulares etc.)
Organização e administração	Conhecimento de organização na sala de aula	Colaboração por meio da alfabetização midiática e informacional	Aplicação da alfabetização midiática e informacional à educação continuada
Desenvolvimento profissional dos professores	Conhecimento de AMI para a educação cívica, participação na comunidade profissional e governança de suas sociedades	Avaliação e administração dos recursos midiáticos e informacionais para a aprendizagem profissional	Liderança e cidadania modelo; o ponto ideal da promoção e do uso da AMI para o desenvolvimento de professores e estudantes

8 Nesta matriz curricular, as TICs foram substituídas por *mídia e informação* de modo a articular uma nova dimensão ou uma adição aos seis componentes do sistema educacional. A intenção não é diminuir a importância das TICs, e sim reconhecer que elas foram suficientemente abordadas pela série da UNESCO "Padrões de competência em TIC para professores" (2008).

POLÍTICA E VISÃO

Serão necessárias políticas nacionais para garantir a inclusão sistemática e progressiva da AMI em todos os níveis dos sistemas educacionais. O ponto de partida deve ser a compreensão das políticas nacionais de educação, permitindo as leis sobre liberdade de expressão e liberdade de informação, além de outros instrumentos internacionais relacionados às liberdades e suas intersecções com as políticas de alfabetização midiática e informacional. Onde não existem políticas de AMI, deve-se perguntar: que papel os professores podem desempenhar em sua defesa? Caso já existam, quão relevantes ou atualizadas elas são? Em que medida refletem os padrões internacionais e as melhores práticas? Como podem ser atualizadas? Assim, um aspecto central do Currículo de AMI é a discussão sobre a política e a visão da alfabetização midiática e informacional e suas implicações para a educação em geral e a educação de professores em particular. Essa discussão deve conduzir a uma análise da política, da visão e de como ambas relacionam-se com a preparação de professores e estudantes alfabetizados em mídia e informação. Por fim, ela deve chamar atenção para o papel dos professores na promoção de sociedades alfabetizadas em mídia e informação.

CONHECIMENTOS SOBRE MÍDIA E INFORMAÇÃO PARA O DISCURSO DEMOCRÁTICO E A PARTICIPAÇÃO SOCIAL

O objetivo desta ampla área temática é desenvolver a compreensão crítica de como as mídias e a informação podem aprimorar a capacidade de professores, estudantes e cidadãos engajarem-se às mídias e usarem bibliotecas, arquivos e outros provedores de informação como ferramentas para a liberdade de expressão, o pluralismo, o diálogo e a tolerância intercultural que contribuam para o debate democrático e a boa governança. A Figura 3, ao final desta seção, demonstra tal relação. Esse tema envolve uma série de ações imbricadas relacionadas à função e à importância das mídias e da informação, incluindo as descritas a seguir:

- proporcionar canais para que os cidadãos possam comunicar-se uns com os outros;
- disseminar histórias, ideias e informações;
- corrigir a assimetria de informações entre governantes e governados e entre agentes privados que competem entre si;
- facilitar discussões informadas entre atores sociais diversos e encorajar a resolução de disputas por meios democráticos;
- proporcionar os meios pelos quais a sociedade pode aprender sobre si mesma e construir um sentido de comunidade;
- proporcionar um veículo de expressão cultural e coesão cultural dentro das nações e entre as nações;
- agir como guardiãs, inspecionando as ações do governo em todas suas formas, promovendo a transparência na vida pública e o escrutínio público dos ocupantes do poder, denunciando a corrupção e os atos corporativos nocivos;
- trabalhar como ferramentas para aprimorar a eficiência econômica;
- facilitar o processo democrático e prestar auxílio em prol da garantia de eleições livres e justas;
- agir como defensoras e atores sociais de direito próprio, respeitando os valores pluralistas (por exemplo, as mídias de notícias);
- servir como repositórios da memória coletiva da sociedade (por exemplo, bibliotecas);
- preservar o patrimônio cultural;
- proporcionar canais de acesso à informação;
- realizar ações para promover a inclusão digital, proporcionando acesso ao público em geral;
- permitir que as bibliotecas sejam vistas como agências de informação e centros de fontes de aprendizagem;
- promover o uso de todos os tipos de fontes de informação nas bibliotecas;
- facilitar o ensino, a aprendizagem e a aprendizagem da aprendizagem (alfabetização informacional) por meio de bibliotecas acadêmicas;
- educar os usuários de bibliotecas.

(Adaptado da publicação "Indicadores de desenvolvimento da mídia: marco para a avaliação do desenvolvimento dos meios de comunicação", de 2008).

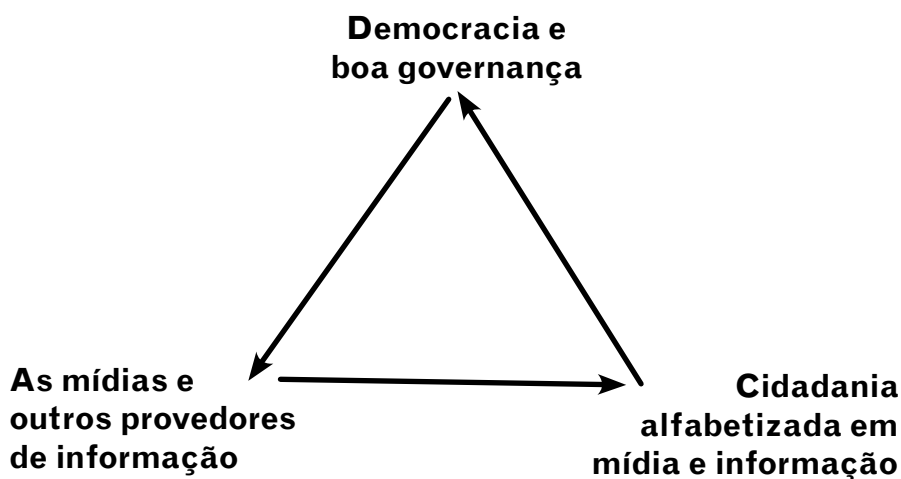
Os pilares fundamentais da boa governança – transparência, prestação pública de contas e participação cívica – dificilmente são alcançados sem mídias e sistemas de informação abertos. Esses sistemas podem servir para fomentar uma sociedade civil ou uma cultura cívica dinâmica. Essas funções de serviços incluem:

- prover informações e conhecimentos compreensíveis e relevantes para diferentes grupos de pessoas;
- inspirar a lealdade e o compromisso amparado em valores e procedimentos que sustentam a democracia e a boa governança.

O Currículo de AMI fornece aos professores os conteúdos necessários para o desenvolvimento de habilidades que lhes permitam integrar a alfabetização midiática e informacional às suas práticas de sala de aula de uma maneira que valorize as vozes dos estudantes e seja sensível à representação de gênero. Questiona-se aqui como promover o engajamento às mídias e às fontes de informação para permitir a autoexpressão e para multiplicar as vozes individuais, de modo a desenvolver diferentes visões e perspectivas.

As mídias e os provedores de informação disponibilizam plataformas para ampliar a participação na aprendizagem profissional. Em alguns países, elas podem até mesmo ser usadas para o ensino aberto e a distância (EAD) e para o desenvolvimento profissional continuado (DPC) de professores. O currículo explora como as diferentes fontes midiáticas e informacionais podem ser usadas para aprimorar a participação dos professores em suas próprias comunidades profissionais. Professores que trabalham em diferentes contextos sociais e localidades geográficas poderão compartilhar conhecimentos e informações sobre a aprendizagem e a prática profissional.

Figura 3: A AMI e sua importância para a democracia e a boa governança



AVALIAÇÃO MIDIÁTICA E INFORMACIONAL

A solução de problemas e o pensamento crítico estão no centro da aprendizagem em todas as disciplinas escolares, bem como em nosso cotidiano. Os problemas tornam-se oportunidades de avaliação crítica dos textos de mídia e das informações de diversas fontes.

O objetivo aqui é aumentar a capacidade dos professores para avaliar as fontes e acessar informações a partir de funções específicas do serviço público normalmente atribuídas à mídia, às bibliotecas, aos arquivos e a outros provedores de informação. Outro objetivo é equipar os professores com o conhecimento das ações que podem ser realizadas quando esses sistemas desviam-se de seus papéis esperados. Os professores devem estar em condições de analisar e entender como o conteúdo das mídias e outras informações é produzido, como as informações apresentadas por esses sistemas podem ser avaliadas e como as mídias e a informação podem ser usadas para diferentes propósitos. Além disso, os professores devem estar em condições de explorar a questão da representação em diversos sistemas de mídia e em relação às TICs, bem como as maneiras como a diversidade e a pluralidade são abordadas tanto nas mídias locais quanto nas globais.

Por fim, os professores devem desenvolver a capacidade de avaliar como os estudantes interpretam as mensagens de mídia e as informações de uma série de fontes.

PRODUÇÃO E USO DAS MÍDIAS E DA INFORMAÇÃO

O Currículo de AMI provê aos professores as competências para que eles engajem-se junto às mídias e às plataformas de informação, para que possam comunicar-se de maneira significativa e alcançar a autoexpressão. Isso envolve o conhecimento de ética nas mídias e infoética com base nos padrões internacionais, incluindo o campo das competências interculturais. A capacidade de selecionar, adaptar e/ou desenvolver materiais e ferramentas de alfabetização midiática e informacional para um dado conjunto de objetivos e necessidades de aprendizagem dos estudantes deve ser uma habilidade adquirida pelos professores. Além disso, esses professores devem desenvolver habilidades que lhes permitam auxiliar os alunos na aplicação dessas ferramentas e fontes em sua aprendizagem, especialmente em relação à busca de informação e à produção de conteúdo.

A produção de conteúdo e o uso das mídias devem promover uma pedagogia focada nos alunos, capaz de estimular a investigação e o pensamento reflexivo por parte dos estudantes. A aprendizagem prática é um importante aspecto da assimilação de conhecimentos no século XXI. A produção de conteúdo midiático proporciona uma via para que os estudantes familiarizem-se com a aprendizagem pela prática, por meio da produção de textos e imagens em um ambiente participativo. Os professores devem desempenhar um papel ativo nesse processo, para que os alunos possam desenvolver competências para a aprendizagem participativa.

28

Os conteúdos gerados pelos usuários estão se tornando uma forte atração tanto para as novas mídias quanto para as mídias tradicionais. Cada vez mais, a interação com outros usuários das redes de relacionamento é a principal razão para que os jovens acessem a internet por meio de diversas plataformas. Esse fenômeno não se restringe aos países desenvolvidos: na África e no Sul da Ásia, mais e mais cidadãos estão tendo acesso às mídias móveis e usando-as para receber e enviar mensagens e participar de discussões sobre questões sociais e políticas que afetam suas vidas.

À medida que os professores desenvolvem competências e tornam-se confiantes para produzir e usar mídias e informações para práticas instrutivas, eles passam a ser líderes na promoção da alfabetização midiática e informacional dentro do currículo escolar. Quanto mais os professores aumentam sua proficiência no ensino de AMI para uma série de funções, mais são referências em AMI no sistema escolar e nas suas sociedades.

COMPETÊNCIAS CENTRAIS PARA PROFESSORES

A Tabela 2 apresenta as metas curriculares amplas e as habilidades de ensino a elas associadas. Essas habilidades refletem as competências centrais as quais se espera que os professores assimilem e demonstrem em relação a cada um dos elementos da matriz curricular de AMI. A Tabela 2 descreve quais devem ser os resultados esperados ao avaliar-se em que medida os professores têm desenvolvido as habilidades relevantes para as áreas curriculares.

Tabela 2: Metas curriculares da UNESCO para a AMI e habilidades dos professores

Áreas curriculares	Metas curriculares	Habilidades curriculares
Política e visão	Conscientizar os professores sobre as políticas e a visão necessárias para a AMI	Os professores devem entender as políticas necessárias para a promoção da AMI e como estas podem ser aplicadas na educação (e na sociedade). Os professores devem entender como a AMI contribui para as habilidades na vida e para o desenvolvimento mais amplo no contexto da educação cívica.
Currículo e avaliação	Enfatizar o uso dos recursos de AMI e suas aplicações	Os professores devem entender como a alfabetização midiática e informacional pode ser utilizada no currículo escolar. Devem ter condições de avaliar criticamente os textos de mídia e as fontes de informação à luz das funções atribuídas às mídias de notícias e a outros provedores de informação. Igualmente devem saber selecionar uma ampla variedade de materiais a partir das mídias e das fontes de informação. Os professores devem ter as habilidades necessárias para avaliar a compreensão que os alunos têm da AMI.
Alfabetização midiática e informacional	Aprimorar o conhecimento de todo o campo das mídias e de outros provedores de informação, como bibliotecas, arquivos e internet	Os professores devem conhecer e entender como as mídias e outros provedores de informação desenvolveram-se até alcançar seus formatos atuais. Devem desenvolver habilidades no uso das tecnologias disponíveis para alcançar diferentes públicos, das mídias impressas às novas mídias. Devem ter condições de usar diversas mídias e fontes de informação para desenvolver pensamento crítico e habilidades na solução de problemas e devem transmitir essas habilidades aos seus alunos.
Organização e administração	Aprimorar a capacidade dos professores de organizar o espaço da sala de aula para a participação efetiva em todo o ensino e a aprendizagem e para que as fontes midiáticas e informacionais sejam parte da realização desse objetivo	Os professores alfabetizados em mídia e informação devem entender a organização da sala de aula. Devem ser capazes de criar condições de ensino e aprendizagem que maximizem o uso de diversas mídias e de outros provedores de informação para a educação cívica e a aprendizagem continuada, incluindo as habilidades na organização da aprendizagem de maneira a transformar a sala de aula em um espaço de respeito pelas diferentes visões e perspectivas, independentemente da trajetória e do gênero de cada um.
Pedagogia	Realizar mudanças nas práticas pedagógicas dos professores, necessárias ao ensino da alfabetização midiática e informacional	Os professores alfabetizados em mídia e informação devem adquirir as habilidades pedagógicas necessárias para ensinar a alfabetização midiática e informacional aos alunos. Devem ter a capacidade de ensinar a AMI pela perspectiva da boa governança, do desenvolvimento e do diálogo intercultural. Devem adquirir conhecimentos sobre as interações dos estudantes com as mídias e as reações a elas como um primeiro passo no apoio à aprendizagem da alfabetização midiática e informacional. Os professores também devem entender os principais conceitos, as ferramentas de busca e as estruturas da disciplina de AMI, para criar experiências de aprendizagem que possam ser significativas para os estudantes e prepará-los para seu papel como cidadãos.
Desenvolvimento profissional dos professores	Promover um enfoque de educação de professores na aplicação das mídias e das fontes de informação para a aprendizagem continuada e o desenvolvimento profissional	Os professores devem ter as habilidades necessárias para usar as mídias e as tecnologias no acesso às informações e devem adquirir conteúdos disciplinares e conhecimentos pedagógicos de apoio ao seu próprio desenvolvimento profissional.

Essa matriz contém nove módulos centrais, dois módulos complementares e três unidades complementares para o enriquecimento do Currículo de AMI. Os módulos fornecem um esboço dos conteúdos e das atividades que podem ser adaptados pelos professores e pelas instituições de educação de professores nos seus respectivos países. A seguinte lista de competências, relacionada a módulos, unidades e temas do currículo, enfatiza conhecimentos e habilidades específicas que os professores devem assimilar à medida que avançam ao longo dos módulos. Quando os módulos forem selecionados para um programa específico de AMI para a educação de professores, eles devem envolver a maioria dessas competências.

Competência de AMI 1: a compreensão do papel das mídias e da informação na democracia

Os módulos no Currículo de AMI relacionados a essa competência incluem estes pontos:

Módulo 1: cidadania, liberdade de expressão e informação, acesso à informação, discurso democrático e aprendizagem continuada; **Módulo 2:** notícias e ética midiática e informacional; **Módulo 9:** comunicação, AMI e aprendizagem – módulo de recapitulação.

O professor de AMI começará a familiarizar-se com as funções das mídias e de outros provedores de informação e a compreender sua importância para a cidadania e para a tomada de decisões bem informadas.

30

Os resultados dessa competência devem incluir as seguintes habilidades dos professores:

- identificar, descrever e avaliar as funções de utilidade pública das mídias e de outros provedores de informação nas sociedades democráticas;
- demonstrar uma compreensão de conceitos centrais, como liberdade de expressão, acesso à informação e direitos fundamentais contidos no Artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos (DUDH);
- interpretar e descrever as relações entre a alfabetização midiática e informacional, a cidadania e a democracia;
- descrever o pluralismo nas mídias, as mídias e outros provedores de informação como plataformas para o diálogo intercultural, e saber por que essas questões são importantes;
- caracterizar a independência editorial;
- explicar o jornalismo como uma disciplina de verificação dentro de um mandato de serviço público;
- descrever a ética midiática e informacional e estar em condições de identificar situações nas quais essa ética foi infringida.

Competência de AMI 2: a compreensão dos conteúdos das mídias e dos seus usos

Os módulos do currículo relacionados a essa competência incluem o seguinte:

Módulo 2: notícias e ética midiática e informacional; **Módulo 3:** a representação nas mídias e na informação; **Módulo 4:** linguagens midiáticas e informacionais; **Módulo 10:** o público; **Módulo 5:** publicidade.

O professor de AMI estará em condições de demonstrar seu conhecimento e sua compreensão da forma como as pessoas utilizam as mídias nas suas vidas pessoais e públicas, das relações entre os cidadãos e os conteúdos da mídia, e do uso das mídias para uma série de propósitos.

Os resultados dessa competência devem incluir as seguintes habilidades dos professores:

- interpretar e traçar ligações entre os textos de mídia, contextos e valores projetados pela mídia;
- usar estratégias para analisar estereótipos nas mídias (por exemplo, reconhecer os estereótipos que servem aos interesses de alguns grupos na sociedade à custa de outros; identificar técnicas utilizadas nas mídias visuais que perpetuam estereótipos);
- identificar, analisar e criticar uma série de técnicas usadas na publicidade que atuem contra os padrões internacionais e códigos de prática;
- explorar representações, falsas representações e a falta de representação nas mídias e nos textos de informação;
- entender e descrever as características e a importância das emissoras de serviço público.

31

Competência de AMI 3: o acesso eficiente e eficaz à informação

Os módulos do currículo relacionados a essa competência incluem os pontos a seguir:

Módulo 1: cidadania, liberdade de expressão e informação, acesso à informação, discurso democrático e aprendizagem continuada; **Módulo 7:** oportunidades e desafios da internet; **Módulo 8:** alfabetização informacional e habilidades no uso de bibliotecas.

O professor de AMI estará em condições de determinar os tipos de informações necessárias para tarefas específicas e para o acesso à informação de maneira eficiente e eficaz.

Os resultados dessa competência devem incluir as seguintes habilidades dos professores:

- selecionar abordagens eficientes e eficazes no acesso à informação requerida para os propósitos de investigação e busca de informações;
- identificar as palavras-chave e os termos relacionados para acessar as informações requeridas;

- identificar uma série de tipos e formatos de fontes potenciais de informação;
- descrever os critérios usados para a tomada de decisões e as escolhas informacionais.

Competência de AMI 4: a avaliação crítica das informações e suas fontes

Os módulos do currículo relacionados a essa competência incluem os pontos abaixo:

Módulo 3: a representação nas mídias e na informação; **Módulo 5:** publicidade; **Módulo 7:** oportunidades e desafios da internet; **Módulo 8:** alfabetização informacional e habilidades no uso de bibliotecas; **Módulo 9:** comunicação, AMI e aprendizagem – módulo de recapitulação.

O professor de AMI estará em condições de avaliar criticamente as informações e suas fontes e de incorporar as informações selecionadas com vistas à solução de problemas e à análise de ideias.

Os resultados dessa competência devem incluir as seguintes habilidades dos professores:

- demonstrar a capacidade de examinar e comparar informações de diversas fontes, a fim de avaliar sua confiabilidade, validade, precisão, autoridade, duração e tendência;
- utilizar uma série de critérios (por exemplo, clareza, precisão, eficácia, tendência, relevância dos fatos) para avaliar as mídias informacionais (por exemplo, *sites* da internet, documentários, peças publicitárias, programas de notícias);
- reconhecer preconceitos, trapaças e manipulações;
- reconhecer os contextos culturais, sociais e de outra natureza nos quais a informação foi criada e entender o impacto do contexto na interpretação da informação;
- entender o alcance das tecnologias ligadas às mídias e estudar a interação das ideias;
- comparar os novos conhecimentos com os conhecimentos anteriores, avaliando o valor agregado, as contradições e outras características específicas do universo da informação;
- determinar a provável precisão, questionando as fontes dos dados, as limitações da informação, as ferramentas e as estratégias de coleta de dados, além da plausibilidade das conclusões;
- usar uma série de estratégias para interpretar os textos de mídia (por exemplo, concluir, generalizar, sintetizar os materiais vistos, fazer referência a imagens ou informações em mídias visuais para apoiar pontos de vista, desconstruir mídias para determinar suas bases subjacentes e decodificar o subtexto).

Competência de AMI 5: a aplicação de formatos novos e tradicionais de mídias

Os módulos do currículo relacionados a essa competência incluem o disposto a seguir:

Módulo 6: novas mídias e mídias tradicionais; **Módulo 7:** oportunidades e desafios da internet; **Módulo 3:** unidade 5, edição digital e retoques computacionais; **Módulo 4:** unidade 4, planos e ângulos de câmera – a transmissão de significados.

O professor de AMI estará em condições de entender os usos da tecnologia digital, das ferramentas e das redes de comunicação para a coleta de informações e a tomada de decisões.

Os resultados dessa competência devem incluir as seguintes habilidades dos professores:

- entender os conhecimentos básicos da tecnologia digital, das ferramentas e redes de comunicação e seu uso em diferentes contextos para diferentes propósitos;
- utilizar um amplo leque de “textos” de mídia para expressar suas próprias ideias através de diversos formatos de mídias (por exemplo, impressão tradicional, mídias eletrônicas, mídias digitais etc.);
- realizar buscas básicas de informação *online*;
- entender com que propósitos os jovens utilizam a internet.

Competência de AMI 6: situar o contexto sociocultural dos conteúdos midiáticos

Os módulos do currículo relacionados a essa competência incluem os seguintes pontos:

Módulo 1: cidadania, liberdade de expressão e informação, acesso à informação, discurso democrático e aprendizagem continuada; **Módulo 2:** notícias e ética midiática e informacional; **Módulo 3:** a representação nas mídias e na informação; **Módulo 11:** mídia, tecnologia e a aldeia global.

33

O professor de AMI estará em condições de demonstrar seu conhecimento e sua compreensão de que os conteúdos de mídia são produzidos em meio a contextos sociais e culturais específicos.

Os resultados dessa competência devem incluir as seguintes habilidades dos professores:

- analisar e explicar como as regras e as expectativas que regem os gêneros de mídia podem ser manipuladas para provocar efeitos e resultados específicos;
- produzir textos de mídia que apresentem diferentes perspectivas e representações;
- descrever as mídias e outros provedores de informação como plataformas de diálogo intercultural;
- demonstrar a capacidade de avaliar criticamente os conteúdos locais e as mensagens de mídia recebidos ou criados em prol da cidadania democrática e da diversidade cultural;
- entender como o trabalho de edição direciona o significado nas mídias visuais e em suas mensagens (por exemplo, a omissão de perspectivas alternativas, pontos de vista filtrados ou implícitos, ênfase em ideias específicas etc.).

Competência de AMI 7: a promoção da AMI entre os estudantes e o gerenciamento das mudanças requeridas

Os módulos do currículo relacionados a essa competência incluem os pontos abaixo:

Módulo 1: cidadania, liberdade de expressão e informação, acesso à informação, discurso democrático e aprendizagem continuada; **Módulo 9:** comunicação, AMI e aprendizagem – módulo de recapitulação; mídias e TICs para a aprendizagem, discurso democrático; e todos os outros módulos.

O professor de AMI estará em condições de usar os conhecimentos e as habilidades assimiladas durante sua própria formação em AMI para promover a alfabetização midiática e informacional entre os estudantes e gerenciar as mudanças a ela relacionadas no ambiente escolar.

Os resultados dessa competência devem incluir as seguintes habilidades dos professores:

- entender como diferentes alunos interpretam e aplicam produtos e eventos das mídias às suas próprias vidas;
- entender e utilizar uma série de atividades instrutivas para promover as habilidades dos estudantes na alfabetização midiática e informacional;
- demonstrar a capacidade de auxiliar os estudantes na seleção das abordagens mais apropriadas (por exemplo, os sistemas de busca de dados) para que possam acessar as informações necessárias;
- demonstrar a capacidade de auxiliar os estudantes na avaliação crítica das informações e de suas fontes, enquanto assimilam as informações relevantes à sua base de conhecimentos;
- utilizar o conhecimento de técnicas efetivas de comunicação verbal, não verbal e midiática para promover a investigação e a colaboração ativa, além da comunicação aberta e livre entre os estudantes;
- entender e utilizar as estratégias formais e informais de busca de informações para melhor desenvolver a assimilação do conhecimento e as habilidades necessárias para a leitura, a observação e a escuta crítica entre os estudantes;
- utilizar ferramentas de alfabetização midiática e informacional para promover um ambiente de aprendizagem mais participativo para os estudantes;
- utilizar tecnologias de mídias tradicionais e novas para relacioná-las com a aprendizagem na escola e fora dela, especialmente entre os estudantes que estão se afastando do ambiente escolar;
- utilizar as TICs nas salas de aula para auxiliar os estudantes a descobrirem as TICs e as fontes de mídia disponíveis, para que possam usá-las em sua própria aprendizagem;
- utilizar a alfabetização midiática e informacional para ampliar a participação no processo de aprendizagem;
- utilizar os conhecimentos e as habilidades assimiladas durante sua própria formação para desenvolver as habilidades dos estudantes no uso das fontes de mídia e bibliotecas como ferramentas de pesquisa e aprendizagem;
- utilizar os conhecimentos e as habilidades assimilados na sua própria formação para desenvolver as habilidades dos estudantes na avaliação das mídias e da informação e na compreensão das questões éticas relacionadas à alfabetização midiática e informacional.

PEDAGOGIAS NO ENSINO E NA APRENDIZAGEM DA AMI: O USO DO CURRÍCULO

As seguintes abordagens pedagógicas subjazem às estratégias utilizadas ao longo dos módulos do Currículo de AMI.

I. Abordagem investigativa

A aprendizagem baseada no questionamento é uma abordagem centrada no estudante que busca questionar as questões relacionadas à alfabetização midiática e informacional na sociedade contemporânea. Ela incorpora muitas das características associadas à aprendizagem investigativa, à resolução de problemas e à tomada de decisões, possibilitando que os aprendizes assimilem novos conhecimentos e habilidades por meio dos seguintes estágios de investigação: identificação da questão; reconhecimento das atitudes e das crenças subjacentes; clarificação dos fatos e princípios que estão por trás da questão; localização, organização e análise de evidências; e a tomada de decisão e a reconsideração das consequências e dos resultados de cada fase. Esse é um método apropriado para ensinar a AMI aos estudantes que têm, por meio dela, oportunidades de explorar profundamente as questões.

Exemplos da abordagem por questionamento em AMI incluem: explorar os retratos de gênero e raça por meio da análise da mídia; explorar a questão da privacidade e as mídias por meio de análises de fontes primárias e secundárias; explorar o fenômeno do *cyberbullying* (a prática de hostilização e intimidação, especialmente entre jovens, nas TICs) por meio da pesquisa etnográfica.

II. Aprendizagem baseada em problemas (ABP)

A aprendizagem baseada em problemas é um sistema instrucional e de desenvolvimento de currículo que desenvolve simultaneamente as bases de conhecimentos e as habilidades interdisciplinares dos estudantes, bem como o pensamento crítico e as estratégias de solução de problemas. Originou-se na Faculdade de Medicina da Universidade McMaster, em Ontário, Canadá. Trata-se de um método de aprendizagem altamente estruturado e cooperativo, que visa a aprimorar tanto o conhecimento individual quanto o coletivo, engajando os estudantes na investigação crítica aprofundada de problemas verídicos. Os objetivos de aprendizagem, as questões, os métodos de investigação e os resultados são administrados pelos estudantes.

Um exemplo de aprendizagem baseada em problemas no domínio da AMI é a criação de uma campanha de *marketing* social eficiente para um público específico.

III. Investigação científica

A investigação científica refere-se a uma série de técnicas que os cientistas usam para explorar o mundo natural e propor explicações com base nas evidências encontradas. O processo de investigação é frequentemente expresso como um conjunto simplificado de passos denominado *ciclo de investigação*, que envolve atividades tais como: observação; elaboração de perguntas; revisão do conhecimento já existente; planejamento de investigações; revisão dos conhecimentos anteriores à luz das evidências experimentais; utilização de ferramentas para reunir, analisar e interpretar dados; proposição de explicações; e comunicação de resultados. Esse método também pode ser adaptado para o ensino da alfabetização midiática e informacional.

São exemplos de investigação científica a investigação do impacto da violência na mídia e a investigação dos papéis das comunidades *online*.

IV. Estudo de caso

O método conhecido como estudo de caso envolve o estudo aprofundado de um único evento ou situação. Ele é muito praticado na *Harvard Business School*, onde os estudantes universitários usam incidentes verídicos para avaliar como o conhecimento teórico pode ser aplicado a casos reais. Essa abordagem é pertinente no ensino da AMI, pois os estudantes são diariamente expostos a diversas formas de mensagens através das mídias e de outros provedores de informação. Ela proporciona uma maneira sistemática de olhar para eventos, coletar dados, analisar informações e reportar os resultados que, à sua vez, sustentam a aprendizagem investigativa entre os alunos. Os estudantes desenvolvem uma compreensão mais profunda e plena da razão por que os eventos e as situações acontecem da forma como acontecem. O estudo de caso também é útil para o trabalho de formulação e testagem de hipóteses.

Por exemplo, os estudantes podem realizar um estudo de caso de uma estratégia de campanha de *marketing* e lançar um filme de sucesso, um livro campeão de vendas ou outro produto de mídia de amplo alcance.

V. Aprendizagem colaborativa

A aprendizagem colaborativa refere-se à abordagem instrutiva que estimula estudantes a trabalharem conjuntamente para atingir metas compartilhadas. A aprendizagem colaborativa pode incluir desde um simples trabalho em dupla até modalidades mais complexas, como a aprendizagem de projetos, a técnica *jigsaw* de Eliot Aronson, o questionamento entre os pares e o ensino recíproco, todos visando a produzir ganhos de aprendizagem, como o desenvolvimento da compreensão conceitual e do pensamento complexo, de melhores habilidades interpessoais, de atitudes mais positivas dos estudantes em relação às escolas e a si mesmos e da habilidade de lidar com a heterogeneidade acadêmica nas salas de aula, tendo em vista que já houve a plena superação das habilidades básicas. Este é um método apropriado na aprendizagem e no ensino da educação midiática, pois requer o compartilhamento de ideias e a aprendizagem entre os pares.

Um exemplo de aprendizagem colaborativa é o trabalho compartilhado em um espaço *wiki*.

VI. Análise de textos

Os estudantes aprendem a realizar a análise de textos por meio da identificação dos códigos e das convenções de diversos gêneros de mídia. A análise semiótica visa a aumentar a compreensão dos conceitos principais. Portanto, os estudantes aprendem a identificar como os códigos e as convenções de linguagem são usados para criar tipos específicos de representações que terão apelo a certos públicos. Ensina-se os estudantes a identificar os códigos *técnicos*, *simbólicos* e *narrativos* de qualquer texto de mídia. Sempre que possível, esse tipo de análise de texto ocorre dentro de contextos significativos, em vez de ser meramente um exercício acadêmico para seus próprios fins.

Exemplo: pede-se aos alunos que selecionem um texto de mídia que seja do seu interesse. Pode ser um artigo da mídia, um vídeo do *YouTube* ou um videoclipe de uma fonte de notícias *online*. Em seguida, os alunos formam grupos e analisam o público, o propósito, o autor, as características técnicas/textuais e o contexto.

VII. Análise de contexto

Os estudantes aprendem a realizar análises básicas de contexto, particularmente em relação aos conceitos centrais de instituições e tecnologias, mas também em relação a uma série de abordagens teóricas.

Exemplos de análises de contexto e pedagogia incluem o auxílio a estudantes na aprendizagem de temas, como sistemas de classificação de filmes, programas de televisão e videogames populares em seu país; e formas como a propriedade e a concentração das mídias estão relacionadas às questões da democracia e da liberdade de expressão.

37

VIII. Traduções

Esta abordagem pedagógica pode assumir diferentes formas e pode ser usada em uma série de ambientes ligados à mídia. Os estudantes podem pegar um artigo de jornal que tenham escrito sobre um fato na universidade e transformá-lo em uma notícia de rádio em formato digital. Ou podem assistir a um breve trecho de um filme infantil e trabalhar em pequenos grupos para redigirem um roteiro de imagens que corresponda à cena, identificando os planos, os ângulos e as transições que foram usados.⁹

Outros exemplos: os estudantes também podem pegar um conto de fadas e convertê-lo em um roteiro de imagens para ser filmado. Ou podem coletar diversos materiais visuais já existentes relacionados à vida de uma pessoa e usá-los como o ponto de partida no planejamento e na realização de um breve documentário sobre essa pessoa.

9 Os exercícios de tradução têm como objetivo testar o potencial e os limites de cada linguagem. Ao transformar uma reportagem escrita em uma nota radiofônica ou em uma história em quadrinhos, por exemplo, os estudantes têm a oportunidade de conhecer melhor as relações entre linguagem e representação, e as mudanças que ocorrem quando um conteúdo é tratado em mídias diferentes e em gêneros diferentes, para audiências com expectativas diversas.

IX. Simulações

As simulações são frequentemente usadas como uma estratégia nas unidades curriculares de filmes e mídia. Os tutores usam simulações para demonstrar aos alunos como a aprendizagem midiática é feita. Ou seja, o tutor assume o papel de um professor na sala de aula, e os aprendizes atuam como alunos, pelo menos com o objetivo de completar as atividades. Essa estratégia é discutida com os estudantes como um processo pedagógico.

Exemplos incluem situações em que os estudantes assumem os papéis de uma equipe de produção de um documentário realizando um programa de televisão direcionado ao público jovem; ou de jornalistas do rádio ou da internet entrevistando um professor de mídia para a criação de um registro digital; ou ainda de uma equipe de *marketing* de uma universidade realizando um vídeo promocional para possíveis alunos interessados em entrar na vida universitária.

X. Produção

Esta abordagem implica a aprendizagem pela prática, que é um importante aspecto da assimilação de conhecimentos no século XXI. Os estudantes devem ser levados a explorar a aprendizagem em um nível mais profundo e significativo. A produção de conteúdos sobre mídia e TICs oferece aos estudantes a oportunidade de realizarem uma imersão na aprendizagem por meio da exploração e da ação. Com a produção de textos de mídia (por exemplo, arquivos de áudio, vídeo ou impressos), os estudantes têm condições de explorar sua criatividade e de expressar-se com suas próprias vozes, ideias e perspectivas.¹⁰

Como exemplo, citam-se o uso, pelos estudantes, de programas como o *iMovie* ou o *Moviemaker* (ou quaisquer outros programas abertos semelhantes) para realizar uma reportagem digital de um minuto sobre uma questão ambiental ou qualquer outro tema de interesse.

10 Educadores para a mídia também costumam usar o termo *proto-produção* para se referir a essa atividade, enfatizando que a qualidade técnica não é o principal objetivo da produção feita por alunos, apesar de não ser descartada. As atividades de produção em AMI devem criar situações-problema paradigmáticas da cultura midiática a serem resolvidas pelos estudantes, para que o exercício não seja uma mera celebração da vontade do aluno. Um exemplo é a criação de um programa de rádio ou de TV, de caráter educativo, que não exista na grade de programação das emissoras locais. Deve-se pensar em perfil do público-alvo, horário de exibição, duração, gênero, *plot*, vinheta de abertura e de encerramento, atribuição de tarefas e critérios de avaliação que estimulem os alunos a pensar em que medida o resultado final atingiu os objetivos iniciais e se as etapas do processo de produção facilitaram ou dificultaram a realização dos objetivos.

Apêndice: fontes selecionadas em alfabetização midiática e informacional

1. Educação midiática: um material para professores, estudantes, pais e profissionais

Essa publicação, feita pela UNESCO, pode ser encontrada em árabe, francês, inglês e português. Em parte, trata-se de um produto do projeto MENTOR, implementado pela UNESCO e apoiado pela Comissão Europeia. Essa foi uma primeira tentativa de desenvolver um material abrangente no campo da AMI. O presente Currículo de Alfabetização Midiática e Informacional para Professores complementa e aprimora o pacote de ferramentas com enfoque específico em educação de professores.

Abordam-se questões como estas no material: de que deve consistir a educação midiática? Quem deve provê-la? Como deve ser incluída em um currículo? Além das escolas, também as famílias têm algo a dizer sobre essa questão? Pode-se envolver profissionais, e como? Que estratégias podem ser adotadas pelo público para lidar com os benefícios e as limitações da mídia?

O material contém uma Proposta de Currículo por Módulos, um Manual para Professores, um Manual para Estudantes, um Manual para Pais, um Manual para as Relações Éticas com os Profissionais e um Manual de Alfabetização para a Internet.

Veja o *link* da publicação em inglês “Media Education: a Kit for Teachers, Students, Parents and Professionals”: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001492/149278e.pdf>>.

2. Indicadores de desenvolvimento da mídia da UNESCO

Este é um conjunto de indicadores internacionalmente acordados, que foi traduzido para várias línguas com o objetivo de avaliar as condições necessárias para que os serviços de mídia e as TICs cumpram suas funções de serviço público. Os indicadores devem auxiliar no exame destas cinco categorias de condições interdependentes: sistema de regulação; pluralidade e diversidade da mídia; as mídias como plataformas para o discurso democrático; capacitação profissional; e capacidade infraestrutural.

Veja o *link* da publicação “Indicadores de desenvolvimento da mídia: marco para a avaliação do desenvolvimento dos meios de comunicação”: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163102por.pdf>>.

3. Reunião Internacional sobre Educação Midiática – Progressos, Obstáculos, Novas Tendências desde Grünwald: Rumo a Novos Critérios de Avaliação

Essa reunião internacional foi organizada em Paris (junho de 2007) pela Comissão Francesa para a UNESCO, em parceria com a UNESCO e com o apoio do Ministério da Educação da França e do Conselho Europeu.

Veja o *link* para o texto em inglês: <http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/Synthesis_en.pdf>.

4. O empoderamento por meio da educação midiática

Essa é uma publicação produzida pela NORDICOM, pela *International Clearinghouse* e pela Universidade de Göteborg em parceria com a UNESCO. O livro baseia-se na Primeira Conferência Internacional sobre Educação Midiática, realizada em Riad, em março de 2007 (também em parceria com a UNESCO), e na Reunião Internacional sobre Educação Midiática: Progressos, Obstáculos, Novas Tendências desde Grünwald: Rumo a Novos Critérios de Avaliação, realizada em Paris, em junho de 2007.

40

Quando discutimos questões ligadas à democracia e ao desenvolvimento, frequentemente nos esquecemos de que a existência de cidadãos alfabetizados em termos midiáticos é uma pré-condição. Um importante pré-requisito para o empoderamento dos cidadãos é o esforço concentrado para aprimorar a alfabetização midiática e informacional – habilidades que auxiliam no fortalecimento das capacidades críticas e de comunicação que permitem aos indivíduos utilizar as mídias e as comunicações tanto como ferramentas, quanto como uma maneira de articular processos de desenvolvimento e mudança social, aprimorando a rotina cotidiana e empoderando as pessoas para que influenciem suas próprias vidas.

A alfabetização midiática e informacional é necessária para todos os cidadãos e tem uma importância decisiva para a nova geração – tanto no papel dos jovens como cidadãos e participantes da sociedade quanto na sua aprendizagem, na sua expressão cultural e na sua realização pessoal. Um elemento fundamental nos esforços rumo a uma sociedade alfabetizada em mídia e informação é a educação midiática. Mas, quando questões dessa natureza são discutidas, o marco referencial é muito frequentemente a cultura midiática do mundo ocidental. É necessário que a agenda urgentemente se torne muito mais aberta e permeável a ideias e abordagens culturais não ocidentais. A internacionalização é um fenômeno enriquecedor e necessário em relação ao nosso interesse comum em paradigmas mais amplos e inclusivos.

Veja informações sobre a publicação em inglês “Empowerment through Media Education: an Intercultural Dialogue” no seguinte *link*: <http://www.nordicom.gu.se/clearinghouse.php?portal=publ&main=info_publ2.php&ex=258&me=3>.

5. Compreendendo a alfabetização informacional: uma introdução

Por meio dessa publicação, o Programa Informação para Todos da UNESCO (*Information for All Programme – IFAP*) define alfabetização midiática de uma maneira fácil e não técnica.

A obra visa a alcançar um público bastante diversificado, que vai desde representantes governamentais, funcionários públicos intergovernamentais, profissionais da informação e professores a gerentes de recursos humanos de organizações com e sem fins lucrativos. Eis um excerto:

Ao longo da sua vida, quanto mais você aprende e conhece, e quanto mais rápido você domina e adquire habilidades, hábitos e atitudes eficientes de aprendizagem – descobrindo como, de onde, com quem e quando procurar e coletar as informações que você precisa saber [...] – mais você se torna alfabetizado em termos informacionais. Sua competência em aplicar e utilizar essas habilidades, hábitos e atitudes lhe permitirá tomar decisões mais sensatas e rápidas para lidar com a saúde e o bem-estar pessoal e de sua família, com os desafios educacionais, profissionais, de cidadania e de outra natureza.¹¹

Ver a publicação em inglês “Understanding Information Literacy: a Primer”:
<<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001570/157020e.pdf>>

41

6. Rumo a indicadores de alfabetização informacional

Esse texto traz uma matriz conceitual básica para mensurar a alfabetização informacional. Ele inclui uma definição de alfabetização informacional; um modelo que relaciona a alfabetização informacional a outras competências adultas, como as habilidades em TICs; e uma descrição dos padrões de alfabetização informacional na educação.

A alfabetização informacional é parte de um conjunto integrado de habilidades que os adultos necessitam assimilar para serem eficazes em todas as dimensões de suas vidas. Como afirma a Proclamação de Alexandria de 2005, a alfabetização informacional é a capacidade que as pessoas têm de:

- reconhecer suas necessidades informacionais;
- localizar e avaliar a qualidade da informação;
- armazenar e recuperar informações;
- fazer um uso efetivo e ético da informação;
- aplicar a informação para criar e comunicar conhecimentos.

11 HORTON JR., Forest Woody. *Understanding information literacy: a primer*. Paris: UNESCO, 2008. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001570/157020e.pdf>>.

O desenvolvimento de indicadores de alfabetização informacional, pelo qual as realizações podem ser demonstradas e os esforços futuros mais bem definidos, é uma prioridade tanto em âmbito nacional quanto internacional. A alfabetização informacional está na base de muitas das Metas de Desenvolvimento do Milênio, por exemplo, no combate às doenças e no aprimoramento das oportunidades de emprego. Os indicadores de alfabetização informacional podem auxiliar os países na identificação dos efeitos das políticas para fomentar o desenvolvimento da alfabetização informacional e para identificar as condições dos cidadãos de participar de uma sociedade do conhecimento.

Veja o *link* da publicação em inglês “Towards Information Literacy Indicators: Conceptual Framework Paper”: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001587/158723e.pdf>>.

7. Padrões de competência em TIC para professores

Reconhecendo a necessidade de proporcionar padrões que auxiliem os setores educacionais nacionais a alavancar o campo das TICs, a UNESCO uniu-se à Cisco, à Intel e à Microsoft, bem como à Sociedade Internacional para a Tecnologia na Educação (ISTE) e ao Instituto Politécnico e Universidade Estadual da Virgínia (*Virginia Tech*) para definir o projeto dos Padrões de Competência em TIC para Professores.

A meta desse projeto é prover orientação para aprimorar a prática dos professores por meio das TICs e dar uma nova dimensão às suas habilidades, independentemente de onde a sala de aula estiver localizada – resultando em uma melhor educação e em estudantes mais bem capacitados.

A série “Padrões de competência em TIC para professores” é composta por três livretos que incluem os itens abaixo:

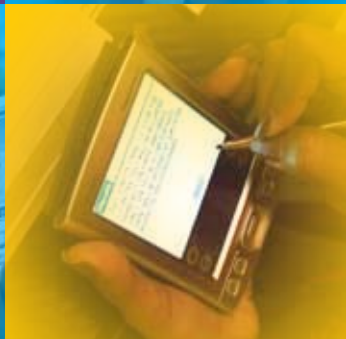
- o *marco político*, explicando a justificativa, a estrutura e a abordagem do projeto;
- uma estrutura de *módulos em padrões de competência*, que combina os componentes de uma reforma educacional com diversas abordagens de políticas públicas para gerar uma matriz de conjuntos de habilidades para professores;
- *diretrizes de implementação*, com uma lista detalhada de referências sobre as habilidades específicas a serem assimiladas pelos professores dentro de cada conjunto e módulo de habilidades.

Conheça as publicações nos seguintes *links*:

“Padrões de competência em TIC para professores: marco político”
<<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001562/156210por.pdf>>

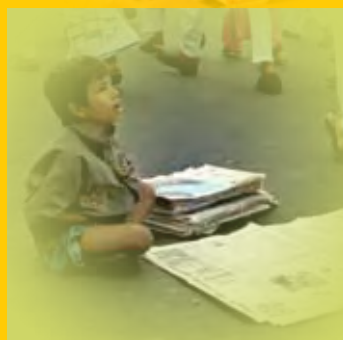
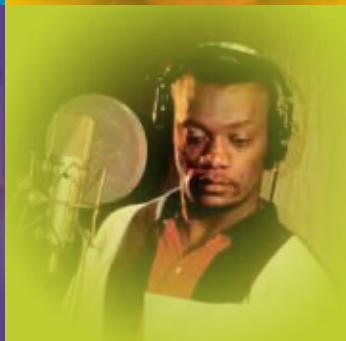
“Padrões de competência em TIC para professores: diretrizes de implementação, versão 1.0”
<<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001562/156209por.pdf>>

“Padrões de competência em TIC para professores: módulos de padrão de competência”
<<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001562/156207por.pdf>>



Parte 2

Módulos Centrais e Módulos Complementares



— Introdução: como utilizar este currículo de AMI	51
Público-alvo para o Currículo de AMI	51
Principais características do Currículo de AMI	52
O processo de adaptação curricular à AMI: recomendações	53
Estratégias de integração	54

Módulos centrais 57

— Módulo 1: cidadania, liberdade de expressão e informação, acesso à informação, discurso democrático e aprendizagem continuada	58
Contexto e justificativa	59
Unidade 1:	
Alfabetização midiática e informacional: uma orientação	60
Principais tópicos	60
Objetivos de aprendizagem	61
Abordagens e atividades pedagógicas	61
Unidade 2:	
A AMI e a participação cívica	65
Principais tópicos	65
Objetivos de aprendizagem	65
Abordagens e atividades pedagógicas	65
Unidade 3:	
A interação com as mídias e outros provedores de informação, como bibliotecas, arquivos e internet	69
Principais tópicos	69
Objetivos de aprendizagem	70
Abordagens e atividades pedagógicas	70
Unidade 4:	
AMI, ensino e aprendizagem	72
Principais tópicos	72
Objetivos de aprendizagem	73
Abordagens e atividades pedagógicas	73
Fontes de informação para este módulo	76
— Módulo 2: notícias e ética midiática e informacional	77
Contexto e justificativa	77
Unidade 1:	
Jornalismo e sociedade	78
Principais tópicos	78
Objetivos de aprendizagem	79
Abordagens e atividades pedagógicas	79
Recomendações para avaliação	80
Tópicos para consideração futura	80

Unidade 2:	
Liberdade, ética e prestação pública de contas	80
Principais tópicos	80
Objetivos de aprendizagem	81
Abordagens e atividades pedagógicas	81
Recomendações para avaliação	83
Tópicos para consideração futura	83
Unidade 3:	
Como são feitas as notícias	84
Principais tópicos	84
Objetivos de aprendizagem	84
Abordagens e atividades pedagógicas	84
Recomendações para avaliação	86
Tópicos para consideração futura	86
Unidade 4:	
O processo de desenvolvimento de notícias: para além das cinco questões da notícia	86
Principais tópicos	86
Objetivos de aprendizagem	86
Abordagens e atividades pedagógicas	87
Recomendações para avaliação	88
Tópicos para consideração futura	88
Fontes de informação para este módulo	88
— Módulo 3: a representação nas mídias e na informação	90
Contexto e justificativa	90
Unidade 1:	
A cobertura das notícias e o poder da imagem	91
Principais tópicos	91
Objetivos de aprendizagem	92
Abordagens e atividades pedagógicas	92
A igualdade de gênero e o empoderamento das mulheres	92
Recomendações para avaliação	94
Unidade 2:	
Códigos da indústria sobre diversidade e representação	94
Principais tópicos	94
Objetivos de aprendizagem	95
Abordagens e atividades pedagógicas	95
Recomendações para avaliação	95
Unidade 3:	
Televisão, filmes e publicações de livros	96
Principais tópicos	96
Objetivos de aprendizagem	96
Abordagens e atividades pedagógicas	96
Recomendações para avaliação	98
Unidade 4:	
Representação e videoclipes	98
Principais tópicos	98
Objetivos de aprendizagem	98

Abordagens e atividades pedagógicas	98
Recomendações para avaliação	100
Fontes de informação para este módulo	100

— Módulo 4: Liguagens nas mídias e na informação 101

Contexto e justificativa	101
--------------------------------	-----

Unidade 1:

Leitura de textos relacionados à mídia e à informação 102

Principais tópicos	102
Objetivos de aprendizagem	102
Abordagens e atividades pedagógicas	103
Recomendações para avaliação	103

Unidade 2:

O meio e a mensagem: notícias impressas e audiovisuais 104

Principais tópicos	104
Objetivos de aprendizagem	104
Abordagens e atividades pedagógicas	104
Recomendações para avaliação	105

Unidade 3:

Gêneros de filmes e a arte de contar histórias 105

Principais tópicos	105
Objetivos de aprendizagem	105
Abordagens e atividades pedagógicas	106
Recomendações para avaliação	106
Tópicos para consideração futura	106
Fontes de informação para este módulo	106

46

— Módulo 5: publicidade 108

Contexto e justificativa	108
--------------------------------	-----

Unidade 1:

Publicidade, receitas e regulação 110

Principais tópicos	110
Objetivos de aprendizagem	110
Abordagens e atividades pedagógicas	110
Recomendações para avaliação	111

Unidade 2:

Anúncios de utilidade pública 112

Principais tópicos	112
Objetivos de aprendizagem	112
Abordagens e atividades pedagógicas	112
Recomendações para avaliação	114

Unidade 3:

Publicidade: o processo criativo 115

Principais tópicos	115
Objetivos de aprendizagem	115
Abordagens e atividades pedagógicas	115
Recomendações para avaliação	117

Unidade 4:	
A Publicidade e a arena política	117
Principais tópicos	117
Objetivos de aprendizagem	117
Abordagens e atividades pedagógicas	118
Tópicos para consideração futura	118
Fontes de informação para este módulo	119
— Módulo 6: novas mídias e mídias tradicionais	120
Contexto e justificativa	120
Unidade 1:	
Das mídias tradicionais às novas tecnologias de mídia	121
Principais tópicos	121
Objetivos de aprendizagem	121
Abordagens e atividades pedagógicas	121
Unidade 2:	
Usos das novas tecnologias de mídia na sociedade – comunicação de massa e comunicação digital	122
Principais tópicos	122
Objetivos de aprendizagem	123
Abordagens e atividades pedagógicas	123
Unidade 3:	
Usos das ferramentas interativas multimídia, incluindo os jogos digitais, nas salas de aula	125
Principais tópicos	125
Objetivos de aprendizagem	125
Abordagens e atividades pedagógicas	125
Fontes de informação para este módulo	127
— Módulo 7: Oportunidades e desafios da internet	128
Contexto e justificativa	128
Unidade 1:	
Os jovens no mundo virtual	129
Principais tópicos	129
Objetivos de aprendizagem	129
Abordagens e atividades pedagógicas	129
Unidade 2:	
Desafios e riscos no mundo virtual	131
Principais tópicos	131
Objetivos de aprendizagem	131
Abordagens e atividades pedagógicas	132
— Módulo 8: Alfabetização informacional e habilidades no uso de bibliotecas	136
Contexto e justificativa	136

Unidade 1:	
Conceitos e aplicações da alfabetização informacional	137
Principais tópicos	137
Objetivos de aprendizagem	138
Abordagens e atividades pedagógicas	138
Unidade 2:	
Ambientes de aprendizagem e alfabetização informacional	141
Principais tópicos	141
Objetivos de aprendizagem	141
Abordagens e atividades pedagógicas	141
Unidade 3:	
Alfabetização informacional digital	144
Principais tópicos	144
Objetivos de aprendizagem	144
Abordagens e atividades pedagógicas	144
Fontes de informação para este módulo	146
— Módulo 9: comunicação, AMI e aprendizagem	
– módulo de recapitulação	147
Contexto e justificativa	147
Unidade 1:	
Comunicação, ensino e aprendizagem	148
Principais tópicos	148
Objetivos de aprendizagem	148
Abordagens e atividades pedagógicas	149
Unidade 2:	
Teorias da aprendizagem e AMI	150
Principais tópicos	150
Objetivos de aprendizagem	150
Estratégias pedagógicas	150
Unidade 3:	
Administrando a mudança para promover um ambiente propício à AMI nas escolas	151
Principais tópicos	151
Objetivos de aprendizagem	152
Estratégias pedagógicas	152
Fontes de informação para este módulo	153
Módulos complementares	155
— Módulo 10: o público	156
Contexto e justificativa	156
Principais tópicos	157
Objetivos de aprendizagem	157

Abordagens e atividades pedagógicas	158
Recomendações para avaliação	159
Fontes de informação para este módulo	159
— Módulo 11: mídia, tecnologia e aldeia global	161
Contexto e justificativa	161
Unidade 1:	
A propriedade das mídias na atual aldeia global	163
Principais tópicos	163
Objetivos de aprendizagem	163
Abordagens e atividades pedagógicas	164
Recomendações para avaliação	165
Tópicos para consideração futura	165
Unidade 2:	
Dimensões socioculturais e políticas das mídias globalizadas	165
Principais tópicos	165
Objetivos de aprendizagem	166
Abordagens e atividades pedagógicas	166
Recomendações para avaliação	167
Tópicos para consideração futura	167
Unidade 3:	
A transformação da informação em mercadoria	168
Principais tópicos	168
Objetivos de aprendizagem	168
Abordagens e atividades pedagógicas	168
Recomendações para avaliação	169
Tópicos para consideração futura	169
Unidade 4:	
A ascensão das mídias alternativas	170
Principais tópicos	170
Objetivos de aprendizagem	170
Abordagens e atividades pedagógicas	171
Recomendações para avaliação	172
Tópicos para consideração futura	172
Fontes de informação para este módulo	172
— Módulo 3, unidade 5: edição digital e retoques computacionais	173
Principais tópicos	173
Objetivos de aprendizagem	173
Abordagens pedagógicas	174
Recomendações para avaliação	174
— Módulo 4, unidade 4: planos e ângulos de câmera – a transmissão de significados	175
Principais tópicos	175
Objetivos de aprendizagem	175

Abordagens e atividades pedagógicas	176
Recomendações para avaliação	178

— **Módulo 5, unidade 5: a publicidade transnacional e as “supermarcas”** **179**

Principais tópicos	179
Objetivos de aprendizagem	179
Abordagens e atividades pedagógicas	180
Recomendações para avaliação	180

Glossário..... 181

INTRODUÇÃO: COMO UTILIZAR ESTE CURRÍCULO DE AMI

A alfabetização midiática e informacional (AMI) diz respeito ao papel e à função das mídias e de outros provedores de informação, como bibliotecas, arquivos e internet, em nossas vidas pessoais e nas sociedades democráticas. Ela promove os direitos individuais de comunicação e de expressão, bem como de busca, recebimento e transmissão de informações e ideias. Encoraja a avaliação das mídias e de outros provedores de informação com base naquilo que é produzido, nas mensagens transmitidas e nos públicos visados.

Em uma sociedade embasada na informação e no conhecimento:

- a AMI é importante para a participação dos cidadãos na sociedade e para a sobrevivência;
- as mídias e a informação são elementos centrais no processo democrático;
- as mídias e outros provedores de informação têm um papel instrumental na maneira como percepções, crenças e atitudes são moldadas;
- existe um aumento nos conteúdos gerados pelos usuários, no uso dos espaços virtuais e na prática do jornalismo pelos cidadãos.

Ao reunir os conceitos de *alfabetização midiática* e *alfabetização informacional*, o Currículo de AMI apresenta uma abordagem holística para a alfabetização necessária à vida e ao trabalho em nossos dias. Esse currículo reconhece a necessidade de uma definição mais abrangente de alfabetização, que também inclua as mídias e os sistemas de informação impressa, audiovisual e eletrônica. Ademais, a AMI também reconhece o papel desempenhado pelas bibliotecas, pelos arquivos e pelos museus como importantes provedores de informação.

PÚBLICO-ALVO PARA O CURRÍCULO DE AMI

O principal público-alvo para o currículo é composto por professores, incluindo os do nível médio e principalmente os do superior que estão em fase de formação ou já estão trabalhando. O currículo é uma ferramenta especificamente desenhada para as instituições de formação de professores, como faculdades (incluindo as faculdades comunitárias) e universidades. Apesar disso, como o currículo foi desenvolvido tendo em vista sua capacidade de adaptação, ele pode ser utilizado por outros departamentos dentro das faculdades ou universidades em que a AMI seja um campo relevante. O currículo também é relevante para ONGs, representantes governamentais, ministérios e outras organizações sociais.

PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DO CURRÍCULO DE AMI

A alfabetização midiática e informacional busca reunir disciplinas que antes eram separadas e distintas. A AMI preocupa-se com o conhecimento e com a compreensão das funções da mídia, das bibliotecas, dos arquivos e de outros provedores de informação; preocupa-se igualmente com a forma como eles operam, transmitem mensagens e valores, podem ser utilizados e avaliam criticamente as informações que apresentam.

O Currículo de AMI é abrangente e totalmente inclusivo. Ele foi desenvolvido com base em uma abordagem não prescritiva, tendo em vista sua adaptabilidade, e está apresentado em forma de módulos.

Os módulos do presente documento curricular incluem todas ou algumas destas seções.

- Contexto e justificativa
- Principais tópicos
- Objetivos de aprendizagem
- Abordagens e atividades pedagógicas
- Recomendações para avaliação
- Fontes

52

Os **objetivos de aprendizagem** identificam as metas centrais de cada um dos módulos para os professores. Eles também identificam as habilidades e os conhecimentos que os professores devem demonstrar após a finalização de cada módulo. Em qualquer plano de adaptação, esses elementos devem ser considerados em meio ao contexto geral da Matriz Curricular e de Competências em AMI, que faz parte do presente pacote.

A seção referente a **contexto e justificativa** explora o tópico do módulo para professores, delineando e descrevendo conteúdos e contextos. É importante observar que o comentário não tem o objetivo de ser exaustivo, e sim de ilustrar as possíveis considerações e orientações que os professores podem explorar.

Pode-se dizer o mesmo das **abordagens e atividades pedagógicas**. Elas foram desenvolvidas para ilustrar as inúmeras formas como as habilidades e os conhecimentos assimilados em cada módulo podem ser demonstrados. Essas abordagens e atividades pedagógicas devem ser vistas apenas como exemplos. Os professores são estimulados a usá-las como uma base de preparação para atividades mais relevantes do ponto de vista local ou cultural. Para auxiliar os esforços dos professores, a UNESCO facilitará a construção de um banco de dados sobre atividades relacionadas à AMI.

A seção com as **recomendações para avaliação** inclui sugestões para avaliações formativas e novas contribuições. Essas recomendações visam a sublinhar possibilidades de avaliação, incluindo a avaliação para a aprendizagem, a avaliação das aprendizagens e a avaliação como uma experiência de aprendizagem.

Por fim, alguns módulos encerram com uma seção de **fontes** recomendadas para serem utilizadas com os módulos. Os professores podem entender que possuem seus próprios recursos locais, podendo, portanto, adicioná-los a essa lista.

O PROCESSO DE ADAPTAÇÃO CURRICULAR À AMI: RECOMENDAÇÕES

Na execução e na adaptação de qualquer documento curricular, devem-se considerar as realidades existentes em qualquer instituição envolvida na formação de professores: as prioridades e as metas da instituição, os conteúdos programáticos e as prioridades existentes, a programação ao longo do tempo e as limitações de tempo. As seguintes recomendações poderão servir como uma forma de garantir que o currículo atenda às necessidades das instituições e dos professores envolvidos na educação básica.

- Identificação dos principais grupos interessados e criação de um comitê de decisões.
- Nos estágios iniciais, deve-se fazer uma revisão integral do Currículo de AMI e da Matriz Curricular e de Competências. Isso permitirá que as instituições identifiquem áreas prioritárias no currículo que poderão atender melhor às suas necessidades.
- Deve-se fazer uma avaliação dos atuais currículos de formação de professores nas respectivas instituições dos países, para examinar se os elementos da AMI já estão incluídos ou não nesses currículos. Isso obviamente ajudará a evitar repetições desnecessárias e trabalhos duplicados. Também ajudará a identificar eventuais lacunas nos currículos e programas existentes, que poderão ser preenchidas pelo Currículo de AMI.
- A melhor abordagem para implementar a AMI precisará ser determinada por cada instituição, considerando-se o tempo disponível e os recursos necessários (tanto em termos de materiais quanto de pessoal). Estas são algumas das questões principais a serem consideradas: como a AMI deveria ser ensinada? Como ela deveria ser integrada? Já existe alguma proficiência nos conhecimentos de AMI dentro da instituição? Se não existir, onde então ela pode ser buscada? Como essas necessidades identificadas afetam a estratégia de adaptação desejada?
- Este Currículo de AMI precisará passar por adaptações. Isso significa que poderá ser necessária uma versão adaptada do Currículo de AMI com base nas considerações acima. A Plataforma de Recursos Educacionais Abertos (REAs) da UNESCO (www.unesco.org/webworld/en/oer) poderá servir de auxílio durante o processo de adaptação. Os recursos educacionais abertos são materiais de aprendizagem que foram lançados sob licença de propriedade intelectual, como as da *Creative Commons*, permitindo o livre uso pelas pessoas (ver o Quadro, ao final desta seção, para mais detalhes).
- Uma vez que o currículo ou a versão adaptada tenha sido desenvolvida, é importante a realização de um teste piloto. Essa etapa de testagem precisa ser monitorada, e os resultados da experiência piloto precisam ser avaliados.
- Com base na avaliação do piloto, serão feitas as revisões necessárias para o currículo adaptado, incluindo recomendações para a execução.
- Nesta etapa, a integração do currículo em toda a instituição estará pronta, com base na estratégia de integração escolhida pela instituição (ver a seguir).
- A atual documentação, o monitoramento e a avaliação curricular devem ser completos. Se apropriado, o desenvolvimento e a documentação de estudos de caso devem estar disponíveis como uma forma de compartilhar as melhores práticas e informar à comunidade educacional o trabalho realizado em diversas instituições.

ESTRATÉGIAS DE INTEGRAÇÃO

As seguintes estratégias de integração para o Currículo de AMI devem ser consideradas.

- **Curso independente:** o Currículo de AMI pode ser oferecido como um curso independente valendo crédito(s). Ele pode ser oferecido como um curso obrigatório ou opcional para todos os professores. Para os professores em atividade, o currículo pode ser adaptado como um programa de certificação para aprimoramento profissional.
- **Programa institucional:** envolve uma experiência de formação presencial intensiva de uma ou duas semanas, seguida da execução de um projeto que os professores têm de dois a três meses para concluir. Também podem ser oferecidos créditos por esse programa de formação.
- **Integração com múltiplos componentes:** diferentes componentes do Currículo de AMI podem ser integrados em diversos cursos relacionados que já estejam sendo oferecidos aos professores. Os exemplos incluem tecnologia educacional, alfabetização, estudos sociais etc. Essa talvez seja a mais complexa das estratégias propostas. Para que tal integração seja eficaz, é necessário haver um cuidadoso planejamento, considerando as metas gerais do programa e sua avaliação.
- **Curso a distância:** um curso a distância poderia ser oferecido *online* tanto para professores em formação quanto para professores em atividade. Isso poderia envolver parcerias com outra instituição no mesmo país ou no exterior. É importante observar que a instituição de formação de professores não precisaria montar seu próprio curso *online*, mas poderia trabalhar em parceria com outra universidade que tivesse a infraestrutura adequada para oferecer cursos nessa modalidade. A instituição pode considerar a possibilidade de oferecer o curso como um programa com certificado, diploma ou formação especializada.

No longo prazo, uma combinação de duas ou mais dessas estratégias também poderá ser explorada. Evidentemente, o processo de adaptação e as estratégias de integração empregadas variarão de uma instituição para outra, dependendo do número de fatores determinantes. Alguns fatores óbvios são o nível de prontidão, a disponibilidade de recursos e experiência, e a profundidade e o alcance da integração.

Adaptação e compartilhamento dos currículos de AMI por meio da nova Plataforma de Recursos Educacionais Abertos da UNESCO

A Plataforma de Recursos Educacionais Abertos da UNESCO (www.unesco.org/webworld/en/oer) é uma iniciativa recente e inovadora para oferecer publicações da UNESCO como recursos educacionais abertos totalmente licenciados (REAs). Os REAs são materiais de aprendizagem que foram lançados sob licença de propriedade intelectual, como as da *Creative Commons**, permitindo o livre uso pelas pessoas.

Com a Plataforma de REAs da UNESCO, as comunidades de prática globais – incluindo professores, aprendizes e profissionais da educação – estarão em condições de copiar, adaptar e compartilhar livremente seus recursos, incluindo o Currículo de AMI.

Ao persuadir e auxiliar as instituições de formação de professores a compartilhar dos seus currículos adaptados de AMI como REAs totalmente licenciados pela Plataforma, está-se provendo professores, desenvolvedores de currículos ou assessores de controle de qualidade que buscam desenvolver seus próprios currículos com uma oportunidade ímpar de selecionar facilmente e comparar os currículos de instituições nacionais ou internacionais, em sua própria linguagem. Assim, eles estarão em condições de "copiar" os conteúdos mais próximos das suas necessidades de maneira fácil, legal e livre, a fim de adaptá-los às suas necessidades locais.

A Plataforma fornece oportunidades de colaboração e parcerias entre instituições afins e conecta mais fortemente as instituições com a UNESCO para futuros aprimoramentos do Currículo de AMI. Após seu lançamento ao final de 2011, a Plataforma de REAs da UNESCO estará em condições de proporcionar capacitação sobre a *Creative Commons** e auxiliar na transformação e na transferência de materiais sobre REAs para instituições que desejem compartilhar suas adaptações.

* As licenças da *Creative Commons* baseiam-se nas práticas tradicionais de direitos autorais e permitem que os autores definam quais direitos querem reservar e quais direitos querem ceder a usuários das suas obras ou a outros autores.
(<http://creativecommons.org>).

Módulos centrais



MÓDULO 1: CIDADANIA, LIBERDADE DE EXPRESSÃO E INFORMAÇÃO, ACESSO À INFORMAÇÃO, DISCURSO DEMOCRÁTICO E APRENDIZAGEM CONTINUADA

Se fosse possível definir a missão da educação em termos gerais, poderíamos dizer que seu propósito fundamental é garantir que os estudantes beneficiem-se da sua aprendizagem a ponto de poderem participar ativamente da vida pública, comunitária e econômica.

New London Group

CONTEXTO E JUSTIFICATIVA

O rápido crescimento da mídia e das terminologias de¹ informação e comunicação (TICs), bem como a simultânea convergência entre as comunicações e a informação, tornam imperativo que a alfabetização midiática e informacional (AMI) seja vista como um elemento vital para o empoderamento das pessoas. A AMI tem tornado-se um importante pré-requisito no aproveitamento das TICs para a educação e para promover o acesso equitativo à informação e ao conhecimento. As sociedades em que vivemos hoje são movidas pela informação e pelo conhecimento. Não podemos escapar da ubiquidade das mídias e de todas as formas de tecnologias de informação e comunicação, tampouco do papel que elas desempenham em nossa vida pessoal, econômica, política e social. Assim, está claro que novas formas de competências (conhecimentos, habilidades e atitudes) são necessárias para que as pessoas efetivamente participem e avancem por todos os estágios da vida nas sociedades da informação e do conhecimento. Isso tem confirmado que a alfabetização midiática e informacional está-se tornando cada vez mais importante para o ensino e a aprendizagem.

De acordo com as estatísticas de 2009 dos Indicadores de Tecnologias de Informação e Comunicação da UIT², 1,3 bilhão (3/4) do 1,7 bilhão de lares do mundo, representando 4,9 bilhões de pessoas, tem um televisor; 0,6 bilhão (1/3) de todos os lares, representando 1,9 bilhão de pessoas, tem acesso a um computador; e 4,6 bilhões de assinaturas de telefone celular foram estimadas para o final de 2009. Além disso, existem cerca de 2,5 bilhões de aparelhos de rádio. A Associação Mundial de Jornais relata que os leitores de jornais pagos no mundo todo ultrapassaram 1,4 bilhão em 2007. O Instituto de Estatísticas da UNESCO (*UNESCO Institute for Statistics – UIS*) estima que cerca de um milhão de novos livros são publicados anualmente no mundo.

Considerados juntos, os números de canais de televisão e estações de rádio, de jornais, de telefones celulares, de acesso e uso da internet, de livros, de bibliotecas, de cartazes e de videogames determinam muito do que aprendemos sobre nós mesmos, nossos países, nossas culturas e o mundo.

As mídias e os demais provedores de informação desempenham um papel central para a democracia e a boa governança, seja como plataformas para o discurso democrático ou como provedores de informação e conhecimentos. Se as mídias têm um papel a cumprir no apoio à democracia, os cidadãos precisam entender como usá-las de maneira crítica, sabendo interpretar as informações que recebem, incluindo o uso de metáforas, o recurso da ironia e as maneiras como as reportagens são contextualizadas a fim de sugerirem certos significados. Como cidadãos, os indivíduos precisam desenvolver competências específicas (conhecimentos, habilidades e atitudes) para engajarem-se junto à mídia e, em última instância, junto a seus processos políticos e sua governança; devem também usar de forma eficaz as fontes proporcionadas por mídias, bibliotecas, arquivos e outros provedores de informação. A alfabetização midiática e informacional oferece um conjunto necessário de competências para o século XXI.

1 Para os propósitos deste currículo, independentemente da natureza e das tecnologias usadas, as mídias são definidas como fontes de informação confiável, transmitida por meio de um processo editorial determinado por valores jornalísticos e atribuível a uma organização ou a uma pessoa jurídica. Na medida em que as mídias são uma parte importante do sistema de comunicações de qualquer sociedade, seu processo institucional pode misturar-se com uma série de provedores de informação externos, tais como bibliotecas, museus, arquivos, provedores de informação da internet, outras organizações da área da informação e cidadãos que produzem seus próprios conteúdos.

2 UIT é a sigla para a União Internacional das Telecomunicações, uma agência das Nações Unidas especializada em tecnologias de comunicação. Entre as tarefas da UIT estão a alocação do espectro eletromagnético global e das órbitas de satélites, o desenvolvimento de normas técnicas que assegurem redes e tecnologias de interconexão de forma transparente, e a promoção de iniciativas que melhorem o acesso às TICs para comunidades em todo o mundo. (UIT. *Information and Communication Technology (ICT) Statistics*. Disponível em: <<http://www.itu.int/ITU-D/ict/>>).

Em muitos aspectos, a alfabetização tradicional tem sido redefinida. Já não é suficiente que as pessoas apenas aprendam a ler, escrever e fazer cálculos aritméticos. A importância dessas habilidades fundamentais de alfabetização e matemática não podem ser subestimadas, mas a inclusão da alfabetização midiática e informacional no currículo significa que os jovens também devem entender as funções das mídias e de outros provedores de informação para buscar, avaliar, usar e criar informações a fim de atingir suas metas pessoais, sociais, ocupacionais e educacionais. Eles devem ainda adquirir as habilidades básicas do pensamento crítico e da capacidade analítica, usando-as para sua autoexpressão com o objetivo de tornarem-se independentes como leitores, produtores, cidadãos bem informados e profissionais, e de participarem da governança e dos processos democráticos de suas sociedades (ver o “Relatório do Fórum Nacional sobre Alfabetização Informacional”, 2005).

Este módulo está amparado em três pilares centrais: pensamento crítico, autoexpressão e participação. Ele considerará a AMI como um fator relevante e entrelaçado com uma série de disciplinas e campos e explorará as seguintes questões:

- O que é a informação? O que são as mídias? Por que ensinar a respeito delas? Por que são importantes?
- O que é alfabetização midiática?
- O que é alfabetização informacional?
- Por que falarmos em alfabetização midiática e informacional?

O módulo apresentará a AMI como um processo de ensino e aprendizagem, e não como uma disciplina. Portanto, introduzirá aos professores as questões e os conceitos centrais da área, que serão abordados mais detalhadamente nos outros módulos, proporcionando-lhes a oportunidade de desenvolverem uma compreensão sobre a diferença entre *ensinar sobre* e *ensinar por meio da* alfabetização midiática e informacional. O objetivo é fazer com que os próprios professores tornem-se alfabetizados em mídia e informação, desenvolvendo as competências e as habilidades necessárias para que possam integrar a AMI aos currículos escolares dos níveis de educação primária e secundária (ensinos fundamental e médio no Brasil).

UNIDADES

1. Alfabetização midiática e informacional: uma orientação
2. A AMI e a participação cívica
3. A interação com as mídias e outros provedores de informação
4. AMI, ensino e aprendizagem

UNIDADE 1: ALFABETIZAÇÃO MIDIÁTICA E INFORMACIONAL: UMA ORIENTAÇÃO

► **DURAÇÃO: 2 horas**

PRINCIPAIS TÓPICOS

- Definição de *informação* e *mídia*
- Análise da importância das mídias e de outros provedores de informação
- Descrição dos resultados centrais de aprendizagem na alfabetização midiática e informacional

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Ao final deste módulo, os professores devem estar em condições de realizar as atividades abaixo:

- identificar os resultados e os elementos centrais da alfabetização midiática e informacional;
- entender a alfabetização midiática e informacional, e sua importância e relevância para as vidas dos professores e alunos de hoje;
- explorar os papéis das mídias e de outros provedores de informação, como bibliotecas, arquivos e internet;
- explorar esses papéis em uma série de textos sobre mídia e informação.

ABORDAGENS E ATIVIDADES PEDAGÓGICAS

OS MÚLTIPLOS PAPÉIS DAS MÍDIAS

As mídias e os demais provedores de informação desempenham um papel central nos processos de informação e comunicação. Eles são uma maneira de comunicar informações, embora seu papel seja muito mais amplo que isso. Para o propósito do Currículo de AMI, as mídias são definidas (independentemente da natureza das tecnologias utilizadas) como fontes de informação confiáveis e atualizadas, criadas por um processo editorial determinado por valores jornalísticos, por meio dos quais a responsabilidade editorial pode ser atribuída a uma organização ou pessoa jurídica específica. Como as mídias são uma parte importante do sistema de comunicação de toda sociedade, sua presença institucional pode entrelaçar-se com uma série de provedores externos, como bibliotecas, museus, arquivos, provedores de informação pela internet, outras organizações informacionais e cidadãos que produzem seus próprios conteúdos.

As mídias desempenham diversos papéis:³

- atuam como canais de informação e de conhecimento pelos quais os cidadãos comunicam-se uns com os outros e tomam decisões bem informadas;
- promovem discussões informadas entre diversos atores sociais;
- fornecem muito do que aprendemos sobre o mundo alheio a nossa experiência imediata;
- são os meios pelos quais a sociedade aprende a respeito de si mesma e constrói um sentido de comunidade;
- supervisionam as ações do governo, promovendo a transparência na vida pública e o escrutínio público dos ocupantes do poder, denunciando a corrupção, a má administração pública e as ações corporativas nocivas;
- são facilitadoras essenciais dos processos democráticos e atuam para garantir eleições livres e justas;
- são um veículo de expressão e coesão cultural dentro das nações e entre elas;
- funcionam como um ator social que age em defesa própria, respeitando os valores pluralistas.

3 Adaptado da publicação "Indicadores de desenvolvimento da mídia", da UNESCO (2008).

— A BUSCA POR FONTES DE INFORMAÇÃO

O uso adequado das informações disponibilizadas pelas mídias e por diversos provedores de informação depende da capacidade de as pessoas entenderem suas próprias necessidades de informações, bem como da localização, assimilação e avaliação da qualidade da informação que elas podem acessar. Atualmente, existe uma seleção extremamente numerosa e variada de materiais de informação, conteúdos e fontes disponíveis, especialmente na internet, e esses conteúdos e fontes variam bastante em termos de precisão, confiabilidade e valor. Além disso, essas informações são apresentadas em diversos formatos (por exemplo, textos, imagens ou estatísticas impressas ou eletrônicas) que podem ser disponibilizados por meio de repositórios ou portais *online*, de coleções físicas ou virtuais de bibliotecas, bases de dados, museus etc. Porém, o fator mais importante é a qualidade dessa informação, que pode variar de *muito boa* a *muito ruim*.

Antes de avaliar as fontes, é importante pensar sobre o propósito da informação. Isso ajudará a identificar fontes confiáveis de informações. Estas devem ser as questões centrais: que fonte, ou que tipo de fonte, seria a mais confiável para prover informações neste caso específico? Que fontes têm maior probabilidade de serem justas, objetivas, isentas de motivações ocultas, mostrando ter um controle de qualidade?

Podemos pensar a informação como algo que é manuseado pelas mídias e por outros provedores, como bibliotecas, museus, arquivos e internet. Esses provedores de informação desempenham alguns papéis, incluindo os seguintes:

- informar;
- educar;
- incrementar processos de ensino e aprendizagem;
- prover acesso a todos os tipos de informação (frequentemente sem qualquer ônus, de maneira plural, confiável e sem restrições);
- servir como um canal e um portal de informações;
- promover valores universais e direitos civis, como liberdade de expressão e de informação;
- servir como uma memória coletiva para a sociedade;
- coletar informações;
- preservar o patrimônio cultural;
- entreter.

— ATIVIDADES

- Pesquisar as mídias para encontrar fontes ou textos de mídia que exemplifiquem as funções listadas acima. Identificar textos que ilustrem esses papéis em nível local, nacional e global.
- Pesquisar bibliotecas de faculdades/universidades ou bibliotecas públicas para encontrar livros ou outras fontes disponíveis que proporcionem informações sobre democracia, outras partes do mundo, culturas diferentes, vida econômica e social etc. Explorar questões como estas: quem decide sobre o nível de recursos a serem alocados às bibliotecas? Quem decide sobre quais livros devem ser incluídos na biblioteca e quais devem ser excluídos? Quem decide que livros são mais importantes que outros? As bibliotecas estão servindo a seus propósitos? (Uma atividade semelhante pode ser organizada para museus e arquivos).

- As mídias cumprem um importante papel, estimulando o desenvolvimento e a construção de uma nação. Discuta como as restrições indevidas que podem ser impostas sobre as mídias impedem-nas de exercer essa função. Pense sobre o conteúdo das mídias no seu país. Quantos pontos de vista diferentes você é capaz de encontrar sobre desenvolvimento, construção nacional e interesses nacionais, a partir de qual perspectiva?
- Pesquisar na internet reportagens relacionadas à destruição deliberada de bibliotecas, museus ou arquivos, ou a destruição de certos livros em momentos de guerras, conflitos étnicos etc. Como você poderá verificar que essa história é verdadeira? (Como esta é a primeira unidade, os professores podem não ter elementos necessários para responder a essa pergunta, portanto não se demore muito nesta questão e passe às demais). Como a destruição das mídias, das bibliotecas, dos arquivos e de outros provedores de informação, dos recursos disponíveis e dos serviços oferecidos por essas instituições poderia afetar as pessoas, sua história e cultura? Com base em suas observações, que outras implicações teriam tais ações?
- O que é informação de domínio público? Pesquise como a informação de domínio público é tratada por duas instituições governamentais no seu país. Discuta o quão (ou quão pouco) adequada é a informação proporcionada por essas instituições. Existem políticas nacionais sobre como a informação deve ser divulgada publicamente? Existem leis de acesso à informação no seu país? Elas estão sendo utilizadas? Quais são os direitos dos cidadãos mencionados no Artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos?⁴
- A partir das respostas obtidas com a atividade acima sugerida, indique os resultados para a alfabetização midiática e informacional (o que a pessoa alfabetizada em mídia e informação deve estar em condições de fazer). O que significa cada noção individualmente?
- Escreva uma lista das mídias que atualmente estão presentes no cotidiano dos estudantes e dos professores. Quais são os papéis e as funções centrais que cada uma dessas mídias desempenha? O que você acredita que significa ser “alfabetizado” quando se fala em utilizar mídias e outros provedores de informação? Quais conhecimentos, habilidades e atitudes são necessários?
- Faça anotações durante um dia, registrando seu uso diário e sua interação com as mídias e os provedores de informação, como os provedores públicos e privados de informações pela internet. Que padrões podem ser observados no seu uso pessoal? Quantas horas você passa junto às mídias e às tecnologias, como a internet, a televisão e o rádio? Que papéis essas mídias e esses provedores de informação estão desempenhando na sua vida?
- Faça uma caminhada de reconhecimento pela sua escola ou vizinhança. Faça uma lista com exemplos de mídias e de outros provedores de informação que estão presentes nesses ambientes. Quais dos papéis listados acima são ilustrados por esses exemplos?
- Imagine que você acorda um dia e não existem mais mídias, bibliotecas, internet e telefones celulares. Além disso, imagine que jornais, revistas, estações de rádio e canais de televisão tenham desaparecido. Analise em pequenos grupos o que aconteceria com os cidadãos.
- Com eles fariam para se informar agora?
 - Como comunicariam notícias, fatos e eventos?
 - O que aconteceria com as decisões que você costuma tomar?
 - Pessoalmente, do que você sentiria mais falta numa situação assim?
 - O que a sociedade perderia com esse tipo de problema?
- Escreva uma “carta ao editor” com suas conclusões sobre o valor das mídias e da informação em uma sociedade democrática.

4 “Todo ser humano tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferências, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios, independentemente de fronteiras” (NAÇÕES UNIDAS. *Declaração Universal dos Direitos Humanos*. New York: ONU, 1948. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001394/139423por.pdf>>).

A IMPORTÂNCIA DA AMI PARA OS CIDADÃOS

A alfabetização midiática e informacional (AMI) reúne disciplinas que antes eram separadas e distintas. A AMI busca oferecer às pessoas uma compreensão da importância das mídias e de outros provedores de informação, para que elas possam:

- a) tomar decisões bem informadas;
- b) conhecer mais sobre o mundo ao seu redor;
- c) construir um sentido de comunidade;
- d) manter o discurso público;
- e) engajar-se na aprendizagem continuada.

Além disso, a AMI visa a estimular os cidadãos a tornarem-se produtores ativos de informações e inovadores em produtos relacionados às mídias e demais TICs, bem como a pensarem com capacidade crítica. A AMI deve levá-los a utilizar as novas e as tradicionais mídias para sua autoexpressão, criatividade e maior participação na democracia do país e na rede global de informações.

— ATIVIDADES

- Considere as características da AMI descritas na Figura 1 da Matriz Curricular e de Competências em Alfabetização Midiática e Informacional para Professores (Parte 1)⁵. Discuta cada característica. Descreva o que cada uma delas significa para você. Em sua opinião, essa descrição está completa? O que você acha que poderia ser incluído?
- Considere as seguintes terminologias ligadas a diferentes alfabetizações relacionadas à AMI e utilizadas por diversos atores no mundo todo.
 - Alfabetização midiática
 - Alfabetização no uso de bibliotecas
 - Alfabetização computacional
 - Alfabetização para a liberdade de expressão
 - Alfabetização no uso da internet
 - Alfabetização digital
 - Alfabetização no acesso a notícias
 - Alfabetização cinematográfica
 - Alfabetização no uso de jogos

Utilizando a internet ou uma biblioteca, pesquise diferentes definições para cada uma dessas terminologias. O que você pode observar sobre a relação dessas terminologias entre elas e em relação às noções de AMI? Escreva um parágrafo sobre qual seria sua justificativa para agrupar alfabetização midiática e alfabetização informacional com base na AMI.

UNIDADE 2: A AMI E A PARTICIPAÇÃO CÍVICA

► DURAÇÃO: 2 horas

PRINCIPAIS TÓPICOS

- As funções das mídias e de outros provedores de informação, como bibliotecas, arquivos e internet
- O que os cidadãos podem esperar das mídias e de outros provedores de informação, como, bibliotecas, arquivos e internet
- A AMI e sua importância para a democracia e a boa governança
- Liberdade de expressão, independência editorial da mídia, pluralidade e diversidade nas mídias e em outros provedores de informação

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Após concluírem esta unidade, os professores estarão em condições de realizar as seguintes atividades:

- entender e descrever as funções das mídias e de outros provedores de informação quanto ao acesso à informação e ao conhecimento, à autoexpressão e à participação em processos democráticos;
- identificar as condições necessárias para que as mídias e outros provedores de informação cumpram essas funções.

65

ABORDAGENS E ATIVIDADES PEDAGÓGICAS

O jornalismo e as fontes das mídias são importantes em todas as sociedades. Sem os jornalistas e as mídias de notícias, não haveria a *janela para o mundo* e teríamos muito pouca abertura para sabermos o que aconteceu em nossas comunidades ou no mundo alheio a nossa experiência imediata. Existem diversos fatores que as práticas jornalísticas devem respeitar e que os cidadãos passaram a esperar do jornalismo.

- **Organização do conhecimento** – fazer com que uma informação caótica torne-se organizada e compreensível e refutar posições oficiais para expor interesses especiais.
- **Veracidade** – na mídia, as fontes de informação devem ser claramente mencionadas, para que os cidadãos possam julgar a relevância, a confiabilidade e possíveis vieses; questões importantes não respondidas devem ser destacadas com vistas a identificar se existem controvérsias.
- **Interesse público** – no trabalho que realizam, os jornalistas podem fazer muito para promover o interesse público, proporcionando aos cidadãos as informações de que eles necessitam para participar das questões públicas.

- **Independência** – deve ficar claro que a discussão cidadã deve acontecer apesar e acima de vieses pessoais; os comentaristas devem examinar ambos os lados da moeda (ou seja, devem discutir tanto as ideias com as quais concordam quanto aquelas das quais discordam); e os jornalistas devem apresentar um pensamento independente no seu trabalho.
- **Fórum de críticas públicas e solução de problemas** – as mídias devem oferecer diversos canais de interação pública (cartas, *e-mail*, contatos telefônicos e fórum público); os cidadãos também esperam que as mídias lhes proporcionem o acesso aos programas de modo a permitir diálogos em sua própria “linguagem” com outros cidadãos; além disso, eles também esperam que um amplo leque de visões e valores seja representado e esteja visível na cobertura das notícias.
- **Prestação pública de contas** – as mídias devem monitorar todos os atores que estão no poder, não apenas nos governos, mas também em órgãos públicos e privados importantes; ao cobrar a prestação de contas, as mídias podem facilitar o surgimento do pensamento comunitário.
- **Notícias representativas e relevantes** – os cidadãos têm a necessidade de receber conhecimentos atualizados sobre questões e tendências importantes; as notícias não devem superestimar, tampouco subestimar a verdadeira natureza de ameaças e riscos.
- **Equilíbrio entre a privacidade e o direito de saber** – os cidadãos esperam que os profissionais de mídia alcancem um ponto de equilíbrio entre o direito de saber e o direito individual à privacidade.
(ver Fackson Banda, UNESCO, 2009).

ACESSO À INFORMAÇÃO

66

O acesso à informação é um elemento essencial tanto para a democracia quanto para o desenvolvimento. Os cidadãos têm o direito à livre expressão e o direito ao acesso às informações públicas. Essas informações são também propriedade dos cidadãos. As mídias e outros provedores de informação, como bibliotecas, arquivos e internet, devem ajudar a garantir o direito à liberdade de informação para cada cidadão.

O papel das mídias e de outros provedores de informação está-se modificando com a rápida disseminação das tecnologias, por exemplo, as tecnologias de informação e comunicação (TICs). As TICs proporcionam acesso a informações e conhecimentos de maneira quase instantânea. As mídias e os provedores de informação, como bibliotecas, arquivos e internet, estão em condições de proporcionar novos serviços e vêm-se tornando algo mais que centros de fontes de informação ou provedores de informação. Essas novas possibilidades oferecem novas oportunidades de atender eficaz e eficientemente as necessidades dos cidadãos de buscar a aprendizagem continuada, a pesquisa, o entretenimento e de conectar-se com as comunidades.

As mídias e os provedores de informação desempenham diversas funções essenciais, incluindo estas abaixo:

- prover acesso rápido a fontes de informação sem qualquer restrição de raça, sexo, ocupação ou religião; as bibliotecas públicas, em particular, proveem acesso gratuito;
- proteger a privacidade e a confidencialidade dos leitores em termos de conteúdos consultados nos seus veículos ou *online*;
- prover acesso a fontes de informação diversificadas e plurais, de maneira profissional e sem qualquer viés político, religioso ou moral;
- coletar e preservar a informação para as futuras gerações.

— ATIVIDADES

- Usando as fontes relevantes de bibliotecas e da internet, pesquise entre cinco e dez histórias ou reportagens do ano anterior em nível nacional ou global. Identifique quais das expectativas listadas acima referem-se a cada uma das histórias/reportagens. Quais são os elementos centrais dessas histórias/reportagens, que fazem delas exemplos eficazes? Para cada história/reportagem que não corresponder a essas expectativas, sugira mudanças que poderiam ser feitas para aprimorá-las.
- Escreva um pequeno texto argumentando que os leitores têm obrigação de analisar as notícias com a mente aberta, e não apenas com o desejo de que elas reforcem as opiniões existentes.
- Selecione a cobertura de um fato ou história local e analise-a cuidadosamente. Parte do trabalho de ser alfabetizado em mídia e informação é estar consciente e ter a capacidade de aplicar os critérios acima à cobertura dada às diversas questões existentes. Em que medida as expectativas dos cidadãos estão sendo cumpridas no exemplo local? Que impacto teve a cobertura sobre a comunidade local? Onde as expectativas dos cidadãos não estiverem sendo cumpridas, que recursos eles têm para lidar com os problemas? Que papéis a alfabetização midiática e informacional pode desempenhar no apoio aos cidadãos?
- Você concorda que o cidadão bem informado está mais bem equipado para tomar decisões e participar de uma sociedade democrática? Por quê? Escreva um editorial para expressar sua opinião.
- Discuta como o papel da informação é visto e avaliado na sua sociedade. O que você pensa ser a relação entre informação e conhecimento, e entre informação e poder?

67

LIBERDADE DE EXPRESSÃO, INDEPENDÊNCIA EDITORIAL, PLURALIDADE E DIVERSIDADE

A liberdade de informação e expressão está na base da alfabetização midiática e informacional. Nesse contexto, o uso do termo relacionado *liberdade de expressão* refere-se ao acesso à informação pública.

A informação é a chave para a nossa compreensão do mundo, para a nossa habilidade de encontrar nele um papel significativo e para a nossa capacidade de aproveitar as fontes que nos são disponibilizadas. Quando a informação está concentrada nas mãos de poucos, ou apenas nas mãos das elites, a capacidade de o público tomar decisões e acessar as informações torna-se bastante reduzida. A ética e o pluralismo nas mídias podem assegurar a transparência, a prestação pública de contas e o Estado de Direito (*UNESCO Freedom of Expression Toolkit*, 2008).⁶

As mídias independentes exercem seu poder ao divulgar responsabilmente as notícias sobre as comunidades às quais servem.

6 NT: Veja também o material em inglês da UNESCO sobre liberdade de expressão, que disponibiliza diversas fontes sobre AMI: SALZBURG ACADEMY ON MEDIA & GLOBAL CHANGE. *The Salzburg Academy teams up with UNESCO to launch the Global Media Literacy Curriculum and Toolkit*, Disponível em: <<http://www.salzburg.umd.edu/salzburg/new/unesco>>.

— A LIBERDADE DE EXPRESSÃO E A IMPRENSA

A liberdade de expressão é a liberdade de expressar e compartilhar visões e opiniões sem medo de ameaças ou ações punitivas. A liberdade de expressão é um direito humano fundamental. O direito à liberdade de expressão protege não apenas a liberdade de dizer o que se pensa, mas também qualquer ato de pesquisar, receber e transmitir informações ou ideias independentemente do meio utilizado. A liberdade de imprensa é um pilar necessário desse direito, pois permite que a livre expressão seja pública e compartilhada e, por isso, é essencial para a construção e a manutenção das comunidades e da sociedade civil. A liberdade de expressão pode promover um sentido verdadeiro de empoderamento dentro da sociedade, permitindo que indivíduos comuns examinem e expressem diferentes pensamentos ou opiniões. A liberdade de expressão é parte da responsabilidade cívica e é essencial para o pensamento crítico. Restrições à liberdade de expressão são apenas permitidas quando se mostram necessárias para a proteção da liberdade de pessoas. Limitações, como leis que impeçam a *linguagem hostil*, devem ser definidas de maneira muito detalhada para que se evitem maus usos.

— PLURALISMO NAS MÍDIAS

Um setor de mídia plural – que atravesse as plataformas de mídias (impresas, transmitidas, *online*), os lugares (nação, estado e comunidade) e as perspectivas políticas – auxilia as sociedades a refletir melhor sobre elas mesmas. Quando as operações das mídias estão distribuídas em vários grupos, as opiniões que não são populares podem ainda encontrar um fórum de expressão. Uma combinação eficaz de mídias internacionais, nacionais e locais pode fornecer às pessoas os meios de participação nos processos democráticos. A disseminação mais ampla possível das informações a partir de fontes distintas e antagonistas contribui para o bem-estar das pessoas. Ao passo que jornais e emissoras de diferentes proprietários geralmente criticam os conteúdos uns dos outros, a concentração das mídias em uma única empresa de comunicação está longe de possibilitar a crítica mútua e poderia ocasionar a autopromoção e a preservação dos próprios interesses.

— INDEPENDÊNCIA EDITORIAL

A independência editorial refere-se à liberdade profissional confiada aos editores para que tomem decisões editoriais sem interferências dos proprietários das mídias ou de qualquer ator estatal ou não estatal. A independência editorial é testada, por exemplo, quando uma organização de mídia publica artigos que possam ser impopulares entre seus proprietários e anunciantes.

— ATIVIDADES

- Valendo-se da internet e das fontes em bibliotecas, pesquise sobre a propriedade e o controle das principais empresas de mídia e os monopólios governamentais da atualidade. Faça uma lista dos maiores grupos. Como a propriedade das mídias pode determinar o acesso, as escolhas e a liberdade de expressão? Pesquise sobre as leis que estão em vigor no seu país ou na sua comunidade relacionadas à regulação da propriedade e do controle das mídias.
- Avalie o papel das mídias alternativas ou independentes na sua comunidade. Selecione um exemplo e descreva os principais elementos que o tornam independente. Como permite que as pessoas participem no processo democrático? Como se diferencia das mídias principais?

- Pesquise sobre o trabalho de organizações que promovem a liberdade de expressão ou protegem os jornalistas, como o Artigo 19, o Comitê de Proteção dos Jornalistas, os Jornalistas sem Fronteiras ou ONGs regionais e nacionais. Observe o trabalho de jornalistas apoiados por essas organizações e identifique os elementos centrais desse trabalho que os fazem merecedores desse apoio.
- Discuta por que o governo deve respeitar o direito à independência das mídias e à independência editorial e, em particular, por que ele deve abster-se de pressionar as mídias quanto a coberturas de notícias e atualidades. Nesse contexto, discuta a seguinte citação de Corazón Aquino, ex-presidente das Filipinas, que liderou o movimento que transformou o governo autoritário de seu país em uma democracia.

O conceito de liberdade de expressão está tão intimamente entrelaçado com a democracia que um líder deve abordar qualquer tentativa de imposição, até mesmo as mais legalmente possíveis, com muita cautela. Existem grandes riscos, não apenas para sua reputação como um líder democrático, mas para sua virtude e seu compromisso com a democracia. A tentação totalitária é muito forte, e sempre há pessoas interessadas em ampliar o significado de democracia para incluir um vasto número de práticas despóticas (Corazón Aquino).

Amplie a discussão incluindo outras influências possíveis sobre a independência editorial e sugira como essas influências indevidas poderiam ser prevenidas.

- Discuta o significado de uma lei definida em termos estritos.

UNIDADE 3: A INTERAÇÃO COM AS MÍDIAS E OUTROS PROVEDORES DE INFORMAÇÃO, COMO BIBLIOTECAS, ARQUIVOS E INTERNET

► **DURAÇÃO:** 2 horas

PRINCIPAIS TÓPICOS

- Como as mídias veiculam significado
- A questão da representação: como as mídias e outros provedores de informação apresentam informações, pessoas, culturas, imagens, lugares etc.
- O papel dos usuários, dos cidadãos e dos públicos
- O engajamento das mídias na produção de conteúdos pelos usuários

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Após completar esta unidade, os professores estarão em condições de realizar as seguintes atividades:

- entender e descrever os conceitos centrais usados pelas mídias e por outros provedores de informação;
- entender como o conhecimento desses conceitos ajudará usuários e cidadãos a interagir criticamente com as mídias e outros provedores de informação.

ABORDAGENS E ATIVIDADES PEDAGÓGICAS

Um aspecto central da alfabetização midiática é o entendimento de como as mídias constroem diferentes tipos de histórias, como direcionam as informações ao apresentá-las e que técnicas utilizam para organizar os materiais que, de outra forma, seriam desconexos e de difícil compreensão. É importante compreender basicamente as diferentes técnicas empregadas pelas mídias e os *códigos* que elas usam, bem como saber interpretá-los. Também pode ser relevante considerar quem está produzindo e organizando os materiais, e o quão ativos ou interativos são os consumidores das mídias e das informações – se suas próprias percepções determinam ou não a maneira como a informação é apresentada.

Em relação à AMI, as seguintes áreas centrais devem ser examinadas detalhadamente para que se compreenda como as mídias e outros provedores de informação operam, como transmitem significados, como podem ser usados e como as informações por eles apresentadas podem ser avaliadas. As seguintes áreas também embasam os próximos módulos deste Currículo de AMI:

70

LINGUAGENS EM MÍDIA E INFORMAÇÃO

- Como os produtores de um texto de mídia utilizam diferentes técnicas ou maneiras de representar diferentes tipos de informação a ser comunicada?
- Como esses usos são identificados e aceitos pelo público em geral?
- Quais são os códigos e as convenções, as *principais características* ou a gramática de uma mídia em particular?
- Um comentarista de mídia, Marshall McLuhan, escreveu que “o meio é a mensagem”⁷, significando que o próprio meio – impresso, digital, de radiodifusão ou via internet – afeta a maneira como entendemos o mundo. Como a escolha das mídias influencia o tipo de informação que recebemos? Como isso molda a mensagem transmitida pela mídia?

A REPRESENTAÇÃO NAS MÍDIAS E NA INFORMAÇÃO

- Examine imagens ou representações de mídia.
- Analise uma imagem ou texto de mídia.
- Analise o contexto.

7 McLUHAN; FIORE. *The Medium is the Message: an inventory of effects*. Essex, UK: Penguin Modern Classics, 1967.

- Quem se beneficia da aceitação das representações da mídia, e quem sai perdendo?
- Como essas imagens influenciam a maneira de vermos a nós mesmos e aos outros?
- Como elas influenciam nosso conhecimento e nossa compreensão do mundo alheio a nossa experiência imediata?
- Como elas influenciam nossas visões sobre igualdade de gênero, empoderamento das mulheres, pessoas com deficiências, povos indígenas e minorias étnicas?
- Examine em que medida a independência editorial reflete-se no texto da mídia.

CONTEÚDOS DE PRODUÇÃO E CONTEÚDOS GERADOS PELOS USUÁRIOS

- Aqui, são importantes as noções de ação humana – quem está criando os textos sobre mídia e informação e por quê?
- Conexões com os direitos à comunicação e à expressão para os cidadãos e profissionais.
- Conexões com liberdade de expressão, cidadania ativa e alfabetização midiática e informacional.
- Consideram-se aqui recursos (humanos, financeiros, tecnológicos etc.) e regulações.

O PÚBLICO COMO CIDADÃOS E USUÁRIOS/ CONSUMIDORES

- Públicos alvo e ativo.
- Cidadãos ativos e usuários/consumidores negociando seus próprios significados com base naquilo que trazem a um texto.
- Os públicos têm expectativas sobre as indústrias de mídia com base nos critérios de transparência, prestação pública de contas e justiça.
- Os usuários/consumidores têm necessidades pessoais, econômicas, sociais e culturais de informação.

71

OS CIDADÃOS COMO USUÁRIOS/CONSUMIDORES DE SERVIÇOS PRESTADOS PELOS PROVEDORES DE INFORMAÇÃO

- Como os provedores de informação selecionam as fontes e os principais critérios de seleção?
- Como os provedores de informação, como bibliotecas, assinam ou adquirem fontes de informação, por exemplo, livros, periódicos e bases de dados?
- Como os provedores de informação, incluindo os provedores públicos e privados de informação pela internet, são financiados?
- Como os provedores de informação geram renda a partir dos serviços de informação?

QUESTÕES CENTRAIS

- Qual é o propósito do texto de mídia/informação?
- Como ele é produzido?

- Quem o criou?
- A qual público ele se direciona? Como você sabe?
- Qual é a principal mensagem?
- Quem se beneficia e quais são os ganhos?
- Quais são as minhas necessidades de informações?
- Como posso identificar e definir essas necessidades?
- As informações das quais necessito estão disponíveis no formato desejado? Caso contrário, que curso de ação posso seguir?
- Como entender, organizar e avaliar as informações encontradas?
- Como posso apresentar essas informações em formatos utilizáveis?
- Como posso preservar, armazenar e reutilizar as informações de registros e arquivos?

— ATIVIDADES

- Selecione um texto relacionado a mídia e informação e aplique as questões listadas acima. O que você pode aprender sobre a produção e as indústrias de mídia, as mensagens transmitidas e o público-alvo?
- Pense sobre uma atividade pessoal ou econômica que você gostaria de realizar. Escreva isso em um papel. Aplique as questões acima, começando com *quais são as minhas necessidades de informação?*
- Redija uma lista de todas as atividades que você realiza durante o dia, do momento em que levanta até a hora de dormir. Analise-as em pequenos grupos: você precisa de informações para participar dessas atividades? Escreva junto a cada atividade as informações das quais você necessita. Por exemplo, você precisa saber a temperatura local para se vestir; você precisa saber como está a situação do tráfego antes de pegar o ônibus; você precisa saber sobre a economia para que possa decidir se pedirá um empréstimo. E assim por diante. Discuta a importância da informação em sua vida diária. Quantas decisões seriam difíceis de tomar sem as informações necessárias?
- Valendo-se de uma biblioteca ou da internet, pesquise alguns dos principais programas de rádio e televisão, filmes ou anúncios do ano anterior. Que tópicos da lista acima foram importantes para o sucesso dessas obras? Descreva as maneiras como um ou mais dos tópicos acima são enfatizados por esse(s) exemplo(s).
- Explique por que os jornalistas deveriam ter o direito de não revelar as fontes das suas informações a outras pessoas além dos seus editores.
- Discuta a afirmação: *O jornalismo é uma disciplina de verificação.*

UNIDADE 4: AMI, ENSINO E APRENDIZAGEM

► DURAÇÃO: 2 horas

PRINCIPAIS TÓPICOS

Compreensão básica da AMI e do processo de ensino e aprendizagem.

- Abordagens pedagógicas para a AMI
- O ensino da AMI e o ensino por meio da AMI

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Após completar esta unidade, os professores estarão em condições de realizar as seguintes atividades:

- identificar as maneiras como a AMI pode aprimorar o processo de ensino e aprendizagem;
- explorar as abordagens pedagógicas associadas à AMI;
- desenvolver atividades específicas que utilizem essas abordagens pedagógicas.

ABORDAGENS E ATIVIDADES PEDAGÓGICAS

Abordagens pedagógicas ao ensino da AMI

ABORDAGEM INVESTIGATIVA

A abordagem investigativa é uma abordagem de aprendizagem centrada no estudante, cujo foco de investigação está nas questões relacionadas à alfabetização midiática e informacional na sociedade contemporânea. Ela incorpora muitas das características associadas à aprendizagem investigativa, à solução de problemas e à tomada de decisões, sendo que os aprendizes assimilam novos conhecimentos e habilidades por meio dos seguintes estágios de investigação: identificação da questão; reconhecimento das atitudes e das crenças subjacentes; esclarecimento dos fatos e princípios existentes implícitos na questão; localização, organização e análise de evidências; interpretação e resolução da questão; ação e reconsideração das consequências e dos resultados de cada fase. É um método apropriado para o ensino da AMI, uma vez que os estudantes terão oportunidades de explorar as questões. Esses são alguns exemplos da abordagem investigativa para a AMI: explorar representações de gênero e raça pela análise da mídia; explorar a questão da privacidade e das mídias por meio da análise de documentos primários e secundários; e explorar a realidade do *cyber-bullying* por meio da pesquisa etnográfica.

73

APRENDIZAGEM BASEADA EM PROBLEMAS (ABP)

A aprendizagem baseada em problemas é um sistema instrucional e de desenvolvimento curricular que simultaneamente desenvolve as bases do conhecimento e as habilidades interdisciplinares dos estudantes, o raciocínio crítico e as estratégias de solução de problemas. Originou-se na Faculdade de Medicina da Universidade McMaster em Ontário, Canadá. Trata-se de um método de aprendizagem altamente estruturado e cooperativo, que visa a aprimorar tanto o conhecimento individual quanto o coletivo, engajando os estudantes na investigação crítica aprofundada de problemas verídicos. Os objetivos de aprendizagem, as questões, os métodos de investigação e os resultados são todos administrados pelos estudantes. Um exemplo de aprendizagem baseada em problemas no domínio da AMI inclui a elaboração de uma campanha de *marketing* social para um público específico.

INVESTIGAÇÃO CIENTÍFICA

A investigação científica refere-se a uma série de técnicas que os cientistas usam para explorar o mundo natural e propor explicações com base nas evidências encontradas. O processo de investigação é frequentemente expresso como um conjunto simplificado

de passos denominado *ciclo de investigação*, que envolve atividades como observação; elaboração de perguntas; revisão do conhecimento já existente; planejamento de investigações; revisão dos conhecimentos anteriores à luz das evidências experimentais; utilização de ferramentas para reunir, analisar e interpretar dados; proposição de explicações; e comunicação de resultados. Este método também pode ser adaptado para o ensino da alfabetização midiática e informacional. Investigar o impacto da violência na mídia e os papéis das comunidades *online* são alguns exemplos de investigação científica.

ESTUDO DE CASO

O método conhecido como estudo de caso envolve um exame aprofundado de um único evento ou situação. Ele é muito praticado na *Harvard Business School*, onde os estudantes universitários usam incidentes verídicos para avaliarem como o conhecimento teórico pode ser aplicado a casos reais. Essa abordagem é pertinente no ensino da AMI, pois os estudantes estão diariamente expostos a diversas formas de mensagens de mídia. Ela proporciona uma maneira sistemática de observar eventos, coletar dados, analisar informações e reportar os resultados, que à sua vez contribuem para a aprendizagem investigativa entre os alunos. Os estudantes desenvolvem maior compreensão de como e em quais condições os eventos e as situações acontecem. O estudo de caso também é útil para gerar e testar hipóteses. Por exemplo, os estudantes podem realizar um estudo de caso de uma estratégia de campanha de *marketing* e lançar um filme de sucesso, um livro campeão de vendas ou outro produto de mídia de amplo alcance.

APRENDIZAGEM COLABORATIVA

74

A aprendizagem colaborativa refere-se à abordagem instrutiva que estimula os estudantes a trabalharem conjuntamente para alcançar metas compartilhadas. A aprendizagem colaborativa pode incluir desde um simples trabalho em dupla até modalidades mais complexas, como a aprendizagem de projetos, a técnica *jigsaw*, o questionamento entre os pares e o ensino recíproco, todos visando a produzir ganhos de aprendizagem, como o desenvolvimento da compreensão conceitual e do pensamento complexo, de melhores habilidades interpessoais, de atitudes mais positivas dos estudantes em relação às escolas e a si mesmos e da habilidade de como lidar com a heterogeneidade acadêmica nas salas de aula, tendo em vista que já houve a plena superação das habilidades básicas. Este é um método apropriado na aprendizagem e no ensino da educação midiática, pois requer o compartilhamento de ideias e a aprendizagem mútua. Um exemplo de aprendizagem colaborativa é o trabalho compartilhado em um espaço *wiki*.

ANÁLISE DE TEXTOS

Os estudantes aprendem a realizar a análise de textos por meio da identificação dos códigos e das convenções de diversos gêneros de mídia. Pela análise semiótica, é possível aumentar a compreensão dos conceitos principais. Por exemplo, os estudantes aprendem a identificar como os códigos e as convenções de linguagem são usados para criar tipos específicos de representações que terão apelo a certos públicos. Os estudantes aprendem a identificar os códigos *técnicos*, *simbólicos* e *narrativos* de qualquer texto de mídia. Sempre que possível, esse tipo de análise de texto ocorre dentro de contextos significativos, em vez de ser meramente um exercício acadêmico para seus próprios fins.

Exemplo: pede-se aos alunos que selecionem um texto de mídia que seja do seu interesse. Esse texto pode ser um artigo, um vídeo do *YouTube* ou um videoclipe de uma fonte de

informação *online*. Em seguida, os alunos formam grupos e analisam o público, o propósito, o autor, as características técnicas/textuais e o contexto.

ANÁLISE DE CONTEXTO

Os estudantes aprendem a realizar análises básicas de contexto, particularmente em relação aos conceitos centrais a respeito das mídias e de outros provedores de informação, mas também em relação a uma série de abordagens teóricas de AMI. Exemplos de análises de contexto e pedagogia incluem o auxílio a estudantes na aprendizagem sobre os sistemas de classificação de filmes, programas de televisão e videogames em vigor no seu país, ou sobre como a propriedade e a concentração das mídias estão relacionadas às questões da democracia e da liberdade de expressão.

TRADUÇÕES

Com esta abordagem, os estudantes obtêm as informações apresentadas em um meio e a convertem ou *traduzem* para outro meio. Por exemplo, podem realizar as seguintes atividades:

- converter um artigo de jornal que eles tenham escrito sobre um fato na universidade em uma história de rádio para transmissão digital;
- assistir a um rápido trecho de um filme infantil e, em pequenos grupos, desenhar roteiros de imagens que correspondam à cena, identificando os planos, os ângulos e as transições utilizadas;
- converter um conto de fadas em um roteiro de imagens para ser filmado;
- coletar uma série de materiais visuais relacionados à vida de uma pessoa e usá-los como o ponto de partida para o planejamento e a realização de um pequeno documentário.

75

SIMULAÇÕES

As simulações são frequentemente usadas como uma estratégia nas unidades curriculares de filmes e mídia. Os tutores usam simulações para demonstrar aos alunos como a aprendizagem midiática é feita. Ou seja, o tutor assume o papel de um professor na sala de aula, e os aprendizes atuam como alunos experientes, pelo menos enquanto participam das atividades. Essa estratégia é discutida com os estudantes como um processo pedagógico.

As simulações podem ser realizadas das seguintes maneiras:

- os estudantes assumem os papéis de uma equipe de produção de um documentário direcionado ao público jovem;
- os estudantes assumem o papel de jornalistas de rádio ou da internet que estão investigando sobre ensino midiático e precisam entrevistar um professor atuante nessa área, editando uma transmissão digital a partir da entrevista;
- os estudantes assumem o papel de uma equipe de *marketing* de uma universidade realizando um vídeo promocional para alunos interessados em entrar na vida universitária.

PRODUÇÃO

Esta abordagem implica a aprendizagem pela prática, que é um importante aspecto da assimilação de conhecimentos no século XXI. Os estudantes devem ser levados a explorar a aprendizagem em um nível mais profundo e significativo. A produção de conteúdos de mídia e informação oferece aos estudantes a oportunidade de realizarem uma imersão na aprendizagem por meio da exploração e da ação. Com a produção de textos de mídia (por exemplo, arquivos de áudio, vídeo ou impressos), os estudantes têm condições de explorar sua criatividade e de expressar-se com suas próprias vozes, ideias e perspectivas.

Como exemplo, cita-se o uso, pelos estudantes, de programas como o *iMovie* ou o *Moviemaker* (ou quaisquer outros programas abertos semelhantes) para realizar uma reportagem digital de um minuto sobre uma questão ambiental ou qualquer outro tema de interesse.

— ATIVIDADES

- Pedir aos professores para identificar e descrever exemplos de qualquer uma das dez abordagens pedagógicas de ensino de AMI listadas acima, com as quais estejam familiarizados, e fazer com que identifiquem os componentes centrais que as tornam eficazes no ensino e na aprendizagem da AMI.
- Com o trabalho em grupo, orientar os professores no desenvolvimento de atividades que ilustrem essas estratégias em seu próprio trabalho.

76

FONTES DE INFORMAÇÃO PARA ESTE MÓDULO⁸

- BANDA, Fackson. *Civic Education for Media Professionals: a training manual*. Paris: UNESCO, 2009. Disponível em: <<http://unesdoc.UNESCO.org/images/0018/001804/180402e.pdf>>.
- HORTON JR., Forest Woody. *Understanding Informational Literacy: a primer*. Paris: UNESCO, 2008. Disponível em: <<http://unesdoc.UNESCO.org/images/0015/001570/157020e.pdf>>.
- BIG6. *Information and Technology Skills for Student Success*. Disponível em: <www.big6.com>.
- UNESCO. *Indicadores de desenvolvimento da mídia: marco para a avaliação do desenvolvimento dos meios de comunicação*. Brasília: UNESCO, 2008. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163102por.pdf>>.
- UNIVERSITY OF MISSOURI. Reynolds Journalism Institute. *Committee of Concerned Journalists (CCJ)*. Disponível em: <www.concernedjournalists.org/tools/principles/rights>.
- PEW'S RESEARCH CENTER. *Journalism.org*. Disponível em: <<http://www.journalism.org/resources/principles>>.
- FRAU-MEIGS, Divina (Ed.). *Media Education: a kit for teachers, students, parents and professionals*, Paris: UNESCO, 2006. Disponível em: <<http://unesdoc.UNESCO.org/images/0014/001492/149278e.pdf>>.
- CATTS, Ralph; LAU, Jesus. *Towards Information Literacy Indicators: Conceptual Framework Paper*. Montreal: UNESCO-UIS, 2008. Disponível em: <www.uis.UNESCO.org/template/pdf/cscl/InfoLit.pdf>.

8 NT: Documentos e sites em inglês.



MÓDULO 2: NOTÍCIAS É ÉTICA MIDIÁTICA E INFORMACIONAL

O principal objetivo do jornalismo é dizer a verdade, assim as pessoas terão a informação para serem independentes.

Jack Fuller, em *News Reporting and Writing*

77

CONTEXTO E JUSTIFICATIVA

Com o advento das novas tecnologias de informação e comunicação, o alcance e o impacto das mídias tradicionais (rádio, televisão e jornal) foram multiplicados, e as informações e as notícias tornaram-se, assim, mais amplamente disponíveis do que em qualquer outro momento. Nessa era da informação, os jornalistas, os profissionais da informação e as (novas e antigas) mídias de notícias desempenham um papel central em proporcionar-nos o acesso à informação alheia a nossa experiência imediata e em facilitar a participação dos cidadãos em uma boa governança e em sociedades mais abertas, democráticas e estáveis.

Este módulo explorará o papel e a função das (novas e tradicionais) mídias de notícias e de outros provedores de informação em nossas vidas pessoais e nas sociedades democráticas, como o aprimoramento da liberdade democrática e da infoética, a construção da responsabilidade cívica e da cidadania, e a cobrança e a promoção da transparência e da prestação pública de contas. Ele também inclui uma visão geral do papel cada vez maior das mídias de notícias, que deixaram de servir apenas como um espelho da sociedade para

tornar-se guardiãs da informação, ou seja, atores com uma função de equilibrar exageros e desvios, possibilitando a discussão pública e facilitando a participação cidadã.

O módulo permitirá que os professores explorem questões como liberdade de informação e liberdade de expressão, além da importância da precisão, da prestação pública de contas e da transparência na cobertura de notícias.

Graças às novas tecnologias, também estamos observando um aumento nos conteúdos gerados pelos usuários, como os relatos de testemunha ocular pelos cidadãos. Esse fenômeno nos proporciona uma grande diversidade de vozes e perspectivas, mas também reforça a necessidade de uma avaliação crítica das muitas fontes de notícias e informações atualmente disponíveis. Ao se alfabetizarem em mídia e informação, os professores estarão em condições não apenas de analisar e avaliar as informações e notícias que recebem diariamente, mas também de exercer sua responsabilidade cívica e demandar uma cobertura justa e bem apurada das notícias, além de defender um ambiente com mídias livres, independentes e pluralistas.

UNIDADES

1. Jornalismo e sociedade
2. Liberdade, ética e prestação pública de contas
3. Como são feitas as notícias
4. O processo de desenvolvimento de notícias: para além das cinco questões da notícia

UNIDADE 1: JORNALISMO E SOCIEDADE

► DURAÇÃO: 2 horas

PRINCIPAIS TÓPICOS

- A evolução dos conceitos e das práticas da *livre expressão* e da *livre imprensa*
- O propósito do jornalismo na sociedade e seu papel na arquitetura da democracia (por exemplo, liberdade, responsabilidade cívica, transparência e prestação pública de contas)
- O papel e as responsabilidades dos jornalistas no século XXI na arena nacional e global (por exemplo, espelhos, guardiões, defensores, viabilizadores, facilitadores)
- O jornalismo de interesse público, a independência editorial diante da influência da propriedade das mídias
- O papel da ética na informação

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Após completar esta unidade, os professores estarão em condições de realizar as atividades abaixo:

- rastrear a evolução do conceito e da prática de *livre expressão* e *livre imprensa*;
- delinear o propósito do jornalismo e seu papel no fortalecimento ou na busca da democracia e da boa governança;
- avaliar a evolução do papel e das responsabilidades dos jornalistas e dos profissionais da informação tanto nas arenas nacionais e globais quanto no contexto do interesse público.

ABORDAGENS E ATIVIDADES PEDAGÓGICAS

A civilização produz ideias cada vez mais impressionantes, como a noção de que as pessoas podem autogovernar-se. E, para sustentar essa ideia, criou uma teoria da informação um tanto desarticulada, chamada jornalismo. Autogovernança e jornalismo são indissociáveis.⁹

A liberdade de expressão – às vezes conhecida como livre expressão – tem sido considerada como um direito fundamental e essencial à realização do nosso pleno potencial humano, uma base para outros direitos e liberdades e um pilar do desenvolvimento social e econômico. Mas a liberdade de expressão carece de plataformas públicas que permitam que a troca de informações e ideias seja efetiva – por isso, o importante papel desempenhado pelas mídias como provedoras dessas plataformas. Porém, para cumprir essa função, as mídias precisam ser independentes do controle estatal ou governamental. Por sua vez, essa liberdade de regulação gera uma obrigação para os jornalistas, que devem comportar-se de maneira ética, e assim temos o desenvolvimento de códigos profissionais que lidam com os padrões de jornalismo.

Ao considerar essas questões, o orientador das atividades deve escolher entre as seguintes opções:

— ATIVIDADES

- Os professores recebem a tarefa de pesquisar e relatar sobre a evolução da *livre expressão* e da *livre imprensa* no seu país. O relatório incluirá um gráfico da evolução temporal desses marcos envolvendo os seguintes aspectos:
 - desenvolvimentos históricos na evolução da teoria e da prática da *livre expressão* e da *livre imprensa*;
 - jornalistas e/ou agências de mídia que fizeram contribuições específicas à liberdade de imprensa e à democracia;
 - eventos em movimentos democráticos nos quais as mídias e o provimento de notícias desempenharam um papel significativo.

9 KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. *The Elements of Journalism*. London: Guardian Books, 2003.

- Caso seja possível, o orientador pode pedir aos professores que entrevistem jornalistas sobre suas visões a respeito do jornalismo na promoção ou na busca da democracia. Deve-se pedir que os entrevistados mencionem instâncias específicas nas quais a cobertura de mídia teve um papel central no cenário nacional ou internacional, bem como no gerenciamento de possíveis tensões entre interesses ligados à propriedade das mídias e ao interesse público. Os professores, em seguida, devem escrever um texto de duas páginas com uma reflexão baseada na entrevista, indicando a função específica da mídia, as maneiras pelas quais ela operou e as questões centrais que foram abordadas.

RECOMENDAÇÕES PARA AVALIAÇÃO

- Texto de reflexões sobre os resultados das leituras e/ou entrevistas
- Ensaio ou *blog* sobre as questões relacionadas às mídias e à democracia
- Participação em atividades de aprendizagem em grupo (por exemplo, seminários, discussões em sala de aula etc.)

TÓPICOS PARA CONSIDERAÇÃO FUTURA

- Estudos de caso sobre uma imprensa controlada
- Propaganda *versus* jornalismo

UNIDADE 2: LIBERDADE, ÉTICA E PRESTAÇÃO PÚBLICA DE CONTAS

► **DURAÇÃO:** 2 horas

PRINCIPAIS TÓPICOS

- Liberdade de imprensa, liberdade de expressão, liberdade de informação e infoética
- Códigos de ética, códigos de prática e valores globais na redação: orientações para jornalistas e profissionais da informação
- Ética jornalística na coleta e no processamento de notícias (comitês de éticas, *ombudsman*, conselhos independentes de imprensa / comissões de reclamações sobre a imprensa)
- Defensores da liberdade de imprensa e atores de mídia atuando como guardiões do interesse público
- Direitos e responsabilidades dos cidadãos: conectando os jornalistas e os cidadãos
- A cobertura por cidadãos e conteúdos produzidos por usuários

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Após completar esta unidade, os professores estarão em condições de realizar as seguintes atividades:

- descrever os princípios universais da liberdade de imprensa, da liberdade de expressão e da liberdade de informação e suas implicações para a cobertura de notícias;
- analisar como a ética se aplica à prática do jornalismo e aos profissionais da informação nos níveis pessoal, profissional e global;
- avaliar o papel dos defensores da liberdade de imprensa e guardiões das mídias na busca e na proteção da liberdade de imprensa e da responsabilidade;
- explicar os direitos e as responsabilidades dos cidadãos como parte de um salto evolutivo na prática do jornalismo e dos profissionais da informação;
- entender e analisar a cobertura pelos cidadãos ou o papel cada vez maior dos cidadãos e dos jornalistas não profissionais como participantes ativos na geração de conteúdos de mídia e no processo democrático do debate público.

ABORDAGENS E ATIVIDADES PEDAGÓGICAS

Ao fim e ao cabo, o jornalismo é um ato de caráter.

Bill Kovach e Tom Rosenstiel *The Elements of Journalism*¹⁰

Se o Estado busca regular as mídias, ele interferirá na independência dos jornalistas e na sua capacidade de cobrir os eventos da maneira que julgarem ser a melhor. Mas as mídias são atores sociais que podem exercer um forte poder na sociedade; por isso, a fim de proteger sua liberdade contra a regulação e o controle, acredita-se normalmente que os jornalistas precisam regular a si mesmos por meio da adoção de códigos de conduta ética, ou estabelecendo orientações profissionais sobre a maneira como as histórias ou os eventos devem ser cobertos.

APLICAÇÃO – CÓDIGO DE ÉTICA JORNALÍSTICA

- Examine o código de ética estabelecido pelos jornalistas (um exemplo é o código de ética estabelecido pela Federação Internacional de Jornalistas; outro seria o dos padrões profissionais da rede britânica BBC). Avalie o propósito buscado por cada elemento do código.
 - Discuta por que um código de ética deve ser desenvolvido e acordado pelos próprios profissionais, não devendo ser imposto por agentes ou autoridades externas.
 - Discuta os mecanismos necessários para que um código de ética tenha sua vigência garantida.

10 KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. *The Elements of Journalism*. London: Guardian Books, 2003.

APLICAÇÃO – CÓDIGO DE ÉTICA PROFISSIONAL PARA PROFISSIONAIS DA INFORMAÇÃO

- Analise o código de ética estabelecido por profissionais da informação, como bibliotecários ou arquivistas, incluindo os principais princípios e valores (por exemplo, o conjunto de códigos de ética para arquivistas estabelecido pelo Conselho Internacional de Arquivos, ou os códigos de ética profissional desenvolvidos por países específicos para bibliotecários, como o da Associação Americana de Bibliotecas.
 - Discuta questões de ética informacional ligadas a propriedade das mídias, acesso, privacidade, segurança e comunidade.
 - Discuta como a ética informacional influencia as decisões pessoais, a prática profissional e a política pública.
 - Discuta como os novos formatos e as necessidades de informação influenciam os princípios éticos, e como esses códigos são aplicados (por exemplo, preservação digital, privacidade e acesso à informação pública).

— ATIVIDADES

- Pede-se que o professor leia a publicação “Freedom of the Press Index”, da Freedom House, disponível em: <www.freedomhouse.org>, ou o “Worldwide Press Freedom Index of Reporters Without Borders”, ou algum sistema de medida regional relevante, como o *Afrobarometer*¹¹, e confira a classificação que seu país recebeu. O aprendiz deverá (1) explicar se concorda com a classificação e (2) identificar e explicar os fatores ou as variáveis que afetaram a classificação do seu país em termos de liberdade de imprensa. Os critérios considerados nesses índices incluem o seguinte:
 - O grau de liberdade das mídias impressas, transmitidas ou *online* (por exemplo, a internet)
 - O ambiente legal para as mídias
 - Pressões políticas que influenciam a cobertura das notícias
 - Fatores econômicos que afetam o acesso à informação
 - A concentração da propriedade das mídias
 - Ataques diretos a jornalistas e a mídias
 - Existência de um monopólio estatal de mídia
 - Existência de censura ou autocensura nas mídias
 - Dificuldades de repórteres estrangeiros
- Existem muitas organizações no mundo que realizam campanhas para defender jornalistas. Algumas delas são internacionais, por exemplo, a *International Media Support*, na Dinamarca; a *Article 19*, em Londres; e o *Committee to Protect Journalists*, em Nova York. Considere se existem organizações atuando pela liberdade de imprensa no seu país, e como elas têm contribuído para a proteção da liberdade de imprensa e da liberdade de expressão.
- O professor mostrará exemplos de cobertura de notícias que expressam preconceitos, incluindo a construção de estereótipos e mitos, e o uso de imagens obscenas. Os

11 NT: O *Afrobarometer* (Afrobarômetro) é uma organização independente e apartidária que mede a atmosfera social, política e econômica dos países africanos. Dados semelhantes são fornecidos sobre o Brasil no *site* *Latinobarometro*, disponível em: <<http://www.latinobarometro.org>>.

professores serão conduzidos a uma discussão sobre a importância de padrões e orientações gerais para os jornalistas, e apresentarão um relatório sobre as questões apresentadas no vídeo.

- O professor deve entrevistar um *ombudsman* de mídia ou o representante de uma organização guardiã do interesse público (ou de um grupo semelhante) para perguntar sobre as críticas ou reclamações comuns referentes a possíveis lapsos profissionais ou éticos por jornalistas e/ou organizações de notícias. O professor deve revisar os dispositivos de códigos de ética e examinar se as questões levantadas são abordadas de maneira adequada nos códigos profissionais existentes. Os membros da classe devem contatar as mídias locais para conferir se possuem códigos de conduta para seus jornalistas; podem também fazer perguntas adicionais sobre como os dispositivos desses códigos estão sendo cobrados ou implementados.
- O professor faz um inventário da cobertura de notícias pelos cidadãos em relação a um evento ou a uma questão coberta principalmente pela grande mídia. Ele analisa os fatos em busca de imprecisões ou vieses.
- Pede-se que os estudantes mantenham um diário ou *blog* contendo observações (diárias) sobre a questão (por exemplo, violações da liberdade de imprensa / de expressão / de informação e/ou exemplos de práticas de jornalismo sem ética), registrando-as com o objetivo de fazer um resumo e uma síntese ao final do curso.

RECOMENDAÇÕES PARA AVALIAÇÃO

- Registros de mídia
- Relatórios de pesquisa, por exemplo, as classificações de liberdade de imprensa, os códigos de conduta e a cobertura pelos cidadãos
- Textos de reflexões sobre entrevistas, TV e filme
- Participação nas atividades de aprendizagem em grupo, por exemplo, seminários e discussões de sala de aula

83

TÓPICOS PARA CONSIDERAÇÃO FUTURA

- O direito público de saber e os princípios da liberdade de informação: o Artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos
- Liberdade de informação / expressão: acordos internacionais, convenções, declarações e cartas e leis nacionais (dispositivos constitucionais; leis sobre difamação; segurança nacional)
- Leis e procedimentos de acesso à informação, bem como declarações, cartas e recomendações
- Os elementos que constituem uma boa lei e uma boa prática de liberdade de informação
- *Ombudsman* de autorregulação e mídia
- Direitos dos repórteres

UNIDADE 3: COMO SÃO FEITAS AS NOTÍCIAS

▶ DURAÇÃO: 3 horas

PRINCIPAIS TÓPICOS

- Critérios no estudo do valor das notícias e na utilidade da sua divulgação
- Considerações sobre juízos de valor na escolha ou na elaboração das notícias

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Após completar esta unidade, os professores estarão em condições de executar as seguintes atividades:

- descrever os critérios usados na avaliação do valor das notícias ou na utilidade de divulgação de eventos, pessoas e ideias;
- discutir criticamente os princípios básicos ao fazer juízos de valor na escolha ou na elaboração das notícias.

84

ABORDAGENS E ATIVIDADES PEDAGÓGICAS

A teoria de jornalismo que herdamos [...] constitui a base do jornalismo do novo século, um jornalismo que busca fazer sentido das coisas a partir da síntese, da verificação e de uma feroz independência.

Bill Kovach e Tom Rosenstiel, *The Elements of Journalism*¹²

Os jornalistas precisam fazer sentido de uma vasta quantidade de informações, considerando como organizá-la de modo a enfatizar as questões mais importantes, tornando-as acessíveis a um público que será composto por pessoas com níveis muito diferentes de compreensão sobre os eventos em questão. Os juízos envolvidos incluirão a seleção das histórias consideradas mais importantes (relevantes para divulgação) e a decisão sobre como apresentar as informações. Inevitavelmente, a forma de apresentação (às vezes conhecida como o *enquadramento*) refletirá a experiência e a perspectiva dos próprios jornalistas. É importante que o público compreenda esses enquadramentos e pense criticamente a respeito deles.

12 KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. *The Elements of Journalism*. London: Guardian Books, 2003.

ANÁLISE DE TEXTOS

- O professor analisa a utilidade de divulgação de cada uma das manchetes de um jornal de amplo alcance (ou de sua edição *online*), com base nos critérios para avaliar o valor de notícia de uma reportagem. Esses critérios tipicamente incluem os pontos abaixo:
 - Relevância para o momento
 - Impacto e importância
 - Proeminência
 - Proximidade
 - Conflito
 - Interesse atípico / humano
 - Atualidade
 - Necessidade

Após, analisa as reportagens com base nos fatores a serem considerados para julgar a escolha ou a elaboração das notícias. São estes os fatores:

- Veracidade: precisão (em obter os fatos exatos) e coerência (a capacidade de fazer sentido dos fatos)
- Dedicção ao interesse público
- Informar, em vez de manipular, o público
- Tratar as notícias de maneira completa e abrangente
- Diversidade (inclusão das notícias de todas as comunidades, e não apenas dos públicos aos quais as notícias são direcionadas)

Deve-se também prestar atenção ao posicionamento dos artigos, aos títulos, aos tamanhos de fontes utilizadas, às fotografias e aos vídeos incluídos.

85

ANÁLISE DE CONTEXTO

- O professor analisa a cobertura tanto da CNN quanto da Al Jazeera (ou de outras organizações de mídia de sua escolha/relevância)¹³ sobre um tópico em particular em um dia específico, comparando e contrastando os ângulos (ou seja, a transmissão de um ponto de vista ou perspectiva específica) e os tratamentos (ou seja, as informações transmitidas, as fontes citadas, as entrevistas dadas e quaisquer apoios visuais das novas histórias) das duas reportagens.

ANÁLISE DAS NOTÍCIAS E AUTOAVALIAÇÃO

- Os estudantes recebem duas notícias diferentes sobre o mesmo assunto e devem explicar qual delas é mais forte ou mais informativa, e como a outra notícia poderia ser aprimorada (para saber que critérios devem ser usados, consulte a seção de Análise de Textos acima).

13 NT: No contexto midiático brasileiro, no qual não há um canal claramente alternativo como a Al Jazeera, o contraste de perspectivas pode ser feito comparando-se, por exemplo, a cobertura dada a um fato pelos canais oficiais do governo (TV Câmara, TV Senado) e os canais comerciais (TV Globo, Band, TV Record etc.).

RECOMENDAÇÕES PARA AVALIAÇÃO

- Texto reflexivo baseado na análise de texto / análise de contexto / análise de notícia
- Participação em atividades de aprendizagem em grupo, por exemplo, seminários e discussões em sala de aula

TÓPICOS PARA CONSIDERAÇÃO FUTURA

- Ambientes de notícias (influências socioculturais, políticas e econômicas sobre as notícias)
- Efeitos de novos ambientes sobre novos valores e processos editoriais
- O fluxo global de informações e a conformação das notícias
- As organizações mundiais de mídia (CNN, Al Jazeera, BBC, Fox News)

UNIDADE 4: O PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE NOTÍCIAS: PARA ALÉM DAS CINCO QUESTÕES DA NOTÍCIA

86

► **DURAÇÃO:** 3 horas

PRINCIPAIS TÓPICOS

- Identificar as notícias e reconhecer a reportagem (o processo de desenvolvimento das notícias)
- A disciplina da verificação como a essência do jornalismo

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Após completar esta unidade, os professores estarão em condições de realizar as seguintes atividades:

- descrever o processo de desenvolvimento da reportagem a partir da pauta, passando pela coleta de dados até chegar à redação final;
- entender os princípios centrais da disciplina da verificação como algo distinto do jornalismo opinativo, e como eles se aplicam ao processo de desenvolvimento de notícias;
- analisar como os relatos das notícias podem aplicar as técnicas de verificação de modo a cumprir com os padrões jornalísticos de veracidade e precisão;
- entender e descrever a relação entre jornalistas, novas fontes, editores sênior e proprietários das mídias.

ABORDAGENS E ATIVIDADES PEDAGÓGICAS

Da maneira como chegam ao escritório de um jornal, as notícias do dia são uma impressionante mistura de fatos, propagandas, rumores, suspeitas, dicas, esperanças e medos, e a tarefa de selecionar e ordenar essas notícias é um dos ofícios verdadeiramente sagrados e sacerdotais de uma democracia.

Walter Lippmann, *News Reporting and Writing*

VISITA DE ESTUDO A UMA EMPRESA DE MÍDIA DE NOTÍCIAS

Pode-se realizar uma visita de campo a uma redação para que se possa dialogar com o editor chefe ou com um editor sênior, observando em primeira mão o processo de desenvolvimento de notícias. Após, pede-se que os participantes escrevam um texto, refletindo sobre aquilo que observaram e aprenderam durante a visita.

PESQUISA SOBRE O PROCESSO (UM DIA NA VIDA DE UM REPÓRTER)

O estudante acompanha um repórter em sua jornada de cobertura de uma notícia, documentando (a) que elementos das notícias foram identificados e incluídos, em comparação com aquilo que realmente aconteceu no local (ou o processo de *peneirar* os dados obtidos); (b) como e por que o repórter relatou o fato (atribuindo significados aos dados) daquela maneira.

ANÁLISE DE TEXTO

■ O professor analisa relatos de jornal sobre uma questão ou evento de alta visibilidade e examina as informações relatadas. Ele explica a análise, considerando os fatores e o processo de *identificar os fatos e reconhecer a reportagem*:

- identificar as questões básicas da notícia: Quem? O quê? Quando? Onde? Por quê? e Como? e redefini-las: notícias são dados com significados (quais são os atores envolvidos, qual é a trama, qual é o ambiente, quais são as motivações ou causas e como é a narrativa)
- praticar o jornalismo é *contar histórias tendo em mente um propósito*: encontrar as informações das quais as pessoas precisam para viver suas vidas, fazendo com que essas informações sejam significativas, relevantes e empolgantes

O professor conferirá a capacidade de verificação dos fatos a partir dos princípios centrais de verificação: não aumentar os fatos, não enganar o público, ser tão

transparente quanto possível a respeito de métodos e motivações, valer-se de seu próprio relato original e exercitar a humildade

O professor também aplicará pelo menos uma técnica de verificação: edição cética, lista de itens para conferir a precisão, método de verificar os fatos presumidos, regras sobre fontes anônimas etc. (KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. *The Elements of Journalism*. London: Guardian Books, 2003).

PRODUÇÃO

- O orientador ou professor combina com o supervisor de uma publicação escolar (ou estação de transmissão escolar) para que os alunos possam criar um planejamento de temas para a próxima publicação ou programa. O planejamento de temas inclui uma listagem dos artigos ou reportagens a serem escritos ou produzidos, além dos motivos para sua inclusão, o escopo de cada reportagem e o possível ângulo ou tratamento.

DIÁRIO DE MÍDIA

- Os professores devem manter um diário ou *blog* contendo observações (diárias) sobre o tópico (por exemplo, os valores de notícia, os juízos de notícias, os critérios de verificação e a cobertura pelos cidadãos). Esse registro deve ser mantido para os propósitos de sumarização e síntese ao final do curso.

88

RECOMENDAÇÕES PARA AVALIAÇÃO

- Diário de mídia
- Produção
- Relatos de visitas de estudos, imersão, análise de texto
- Participação em atividades de aprendizagem em grupo, por exemplo, seminários e discussões em sala de aula

TÓPICOS PARA CONSIDERAÇÃO FUTURA

- Fontes e técnicas de coleta de notícias (incluindo o uso de TICs)
- Bom gosto e adequação da cobertura das notícias

FONTES DE INFORMAÇÃO PARA ESTE MÓDULO¹⁴

- JOSEPH, Ammu. *Media Matters Citizens Care*. 2005. Disponível em: <http://portal.UNESCO.org/ci/en/files/19137/11164945435advocacy_brochure.pdf/advocacy_brochure.pdf>. Acesso em: 17 mai. 2011.

¹⁴ NT: As organizações internacionais Artigo 19 e Repórteres sem Fronteiras têm representação no Brasil e *site* em português. Veja em: <<http://www.article19.org/pages/pt/resource-language.html>>, e em: <<http://es.rsf.org/brasil.html>>.

- ARTICLE 19. *Right to Know*: principles on freedom of information legislation. Jun. 1999. (International Standards Series). Disponível em: <www.article19.org/pdfs/standards/righttoknow.pdf>. Acesso em: 27 mai. 2009.
- ASLIB TRAINING SUITE. *Freedom of Information*. 2004. Disponível em: <<http://www.aslib.com/training>>. Acesso em: 15 fev. 2004.
- BERTRAND, Claude-Jean. *Media Ethics and Accountability Systems*. New York: Hampton Press, 2003.
- COBLENTZ, W. (Prod.); GOLDMAN, W. (Autor). *All the President's Men* (Filme). Warner Bros, 1976.
- *Committee to Protect Journalists*. Disponível em: <<http://www.cpj.org>>.
- DOMINICK, J. R. *The Dynamics of Mass Communications*. 9.ed. Boston: McGraw-Hill, 2007.
- HUMANEXT. *Ethics Trainings*. Ankerstar and Dalke's Balancing Personal and Professional Ethics (programme with Trainer's Guide, reproducible exercises, handouts, estudos de caso); Dr. Louis V. Larimer's Seminar on Ethical Reasoning (with Ethical Type Indicator Profile and Training Manual), 2009. Disponível em: <<http://www.newtrainingideas.com/ethics-training.html>>. Acesso em: 22 abr. 2009.
- KOVACH, B.; ROSENSTIEL, T. *The Elements of Journalism: what newspeople should know and the public should expect*. New York: Three Rivers Press of Random House, 2001.
- MENCHER, Melvin. *News Reporting and Writing*. 10.ed. Boston: McGraw-Hill, 2006.
- MENDEL, Toby. *Freedom of Information: a comparative legal survey*. 2.ed. Paris: UNESCO, 2008. Disponível em: <<http://unesdoc.UNESCO.org/images/0015/001584/158450e.pdf>>.
- *Poynter Institute*. Disponível em: <<http://www.poynter.org>>.
- *Reporters Sans Frontiers*. Disponível em: <<http://www.rsf.org>>.
- ROSENSTIEL, Tom; MITCHELL A. (Eds.). *Thinking Clearly: cases in journalistic decision-making*. New York: Columbia University Press, 2003.
- PEW'S RESEARCH CENTER. Journalism.org. *State of the News Media*. Disponível em: <<http://www.journalism.org>>.
- WARD, S. J. A. Philosophical Foundations of Global Journalism Ethics. *Journal of Mass Media Ethics*, n. 20, p. 1, 3-21, 2005.
- WOODWARD, Bob; BERNSTEIN, Carl. *All the President's Men*. New York: Simon and Schuster, 1974.
- UNESCO. *Guidelines for Broadcasters on Promoting User Generated Content and Media and Information Literacy*. Paris: UNESCO, 2009. Disponível em: <<http://unesdoc.UNESCO.org/images/0018/001871/187160e.pdf>>.
- UNESCO. *Model Curricula for Journalism Education for Developing Countries and Emerging Democracies*. Paris: UNESCO, 2007. Disponível em: <<http://unesdoc.UNESCO.org/images/0015/001512/151209e.pdf>>.
- UNIVERSITY OF KANSAS. *History of American Journalism*. 2009. Disponível em: <<http://ehub.journalism.ku.edu/history/1920/1920.html>>.



MÓDULO 3: A REPRESENTAÇÃO NAS MÍDIAS E NA INFORMAÇÃO

90

A maneira como somos vistos determina em parte a maneira como somos tratados: a maneira como tratamos os outros baseia-se na maneira como os vemos; esse modo de ver vem da representação.

Richard Dyer *The Matter of Images*

CONTEXTO E JUSTIFICATIVA

A representação nas mídias pode assumir diferentes formas. Vivemos em uma cultura repleta de imagens e diariamente somos cercados por representações de mídia nos *sites* da internet, na televisão, no cinema, nos noticiários e nos livros.

Repórteres, autores, câmeras, publicitários, editores e cineastas utilizam imagens e palavras em áudio e por escrito para transmitir informações sobre eventos, histórias ou questões. Eles normalmente enfrentam limitações de tempo, espaço, recursos e outros constrangimentos editoriais durante a preparação e a apresentação de suas histórias ao público. Portanto, dependendo da história que está sendo contada ou da mensagem que está sendo veiculada, frequentemente é necessário *representar* as questões ou os eventos referindo-se a características como raça, gênero, sexualidade, idade ou classe social. Inevitavelmente, as pessoas que trabalham nas mídias devem selecionar o conteúdo a ser apresentado ao público. Essa seleção raramente está livre de subjetividade e, às vezes, pode levar a representações estereotipadas ou simplificações grotescas, que podem ser usadas para rotular indivíduos e justificar crenças e atitudes preconceituosas. Pode ou não ser a intenção do autor, jornalista

ou repórter. Às vezes, deve-se à representação do receptor (espectador, leitor ou ouvinte). Nos casos em que as mídias e outros provedores de informação tornam-se instrumentos de interesses específicos, conflitos ou discriminações, é natural que precisem prestar contas de suas ações, assim como qualquer outro ator social. Porém, na condição de plataformas de discussão pública, é vital que as mídias possam apresentar discussões e informações livres de qualquer controle por partidos ou governos.

Também precisamos entender que as mídias e os demais provedores de informação trabalham em um contexto social e que eles são atores sociais dentro desse contexto específico. As mídias são influenciadas pela sociedade, e esta, por sua vez, também as influencia. Precisamos observar mais profundamente o contexto nacional específico em que os meios de comunicações operam.

No esforço de sermos alfabetizados em mídia e informação, precisamos examinar as imagens ou representações das mídias e analisar não apenas a imagem ou o texto de mídia em si, mas também o contexto em torno da imagem, que muitas vezes não conseguimos enxergar. É importante reconhecer que, ao mesmo tempo em que as mídias têm um forte poder de direcionar e desafiar a sociedade, elas também refletem a sociedade ao prover os tipos de histórias e representações que demandamos e aceitamos.

Muitas indústrias de mídia em diversas regiões têm desenvolvido códigos voluntários de diversidade, com o objetivo de garantir que seja demonstrado o compromisso de manter conteúdos e iniciativas inclusivas e diversificadas. Muitas indústrias de mídia também seguem códigos de ética que proíbem o uso de materiais abusivos ou discriminatórios envolvendo raça, etnia, idade, gênero, capacidade física ou estado civil.

Estas são as principais questões deste módulo: quem se beneficia da aceitação de representações desapropriadas de mídia, e quem sai perdendo? Como essas imagens influenciam a maneira de vermos a nós mesmos e aos outros? Como elas influenciam o nosso conhecimento e a nossa compreensão do mundo alheio a nossa experiência imediata?

UNIDADES

1. A cobertura de notícias e o poder da imagem
2. Os códigos da indústria sobre diversidade e representação
3. Televisão, filmes e publicação de livros
4. Representação e vídeos

UNIDADE 1: A COBERTURA DAS NOTÍCIAS E O PODER DA IMAGEM

► **DURAÇÃO:** 3 horas

PRINCIPAIS TÓPICOS

- Estudo de caso: cobertura de notícias
- O poder do elemento visual
- Representação de desastres
- Representação de gênero

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Após completar esta unidade, os professores estarão em condições de executar as seguintes atividades:

- analisar representações na cobertura das notícias sobre eventos específicos;
- examinar a cobertura de notícias que ofereça representações alternativas àquelas encontradas na grande mídia;
- avaliar o impacto das representações sobre o público e sobre a matéria apresentada;
- analisar representações de gênero nas mídias e nos sistemas de informação.

ABORDAGENS E ATIVIDADES PEDAGÓGICAS

- Devido a sua dependência das mídias visuais, alguns críticos de mídia expressaram sua preocupação com a maneira como certos eventos, em particular os desastres, são apresentados na mídia. Examine a cobertura das mídias sobre os eventos e as questões atuais e avalie em que medida essas preocupações são válidas. Discuta as reações às imagens das pessoas afetadas por tragédias ou desastres. Pesquise e reflita sobre as estratégias usadas pelos jornalistas que trabalham com a grande mídia e pelos que trabalham com mídias alternativas, mostrando o impacto emocional dos eventos enquanto preservam a privacidade e a dignidade das pessoas.
- Pesquise e analise a cobertura de notícias de um evento de grande repercussão, como o terremoto no Haiti, os tsunamis na Ásia ou o genocídio em Ruanda. Esse estudo de caso deve focar as imagens mostradas durante a cobertura e as *representações* das pessoas e das questões ligadas a esses eventos.¹⁵ Os professores podem fazer buscas na internet para localizar as imagens que apareceram na cobertura desses eventos pela grande mídia. As seguintes questões podem ser usadas para analisar detalhadamente a cobertura e as imagens:
 - Descreva o que foi representado na televisão e no jornal. Identifique as imagens que foram usadas com maior frequência. Examine como essas representações são construídas, considerando o uso dos ângulos de câmera, a composição de uma fotografia, os tipos de planos adotados, quem ou o quê está sendo mostrado na filmagem ou fotografia, e quem ou o quê ficou de fora.
 - Que mensagem é transmitida pelo uso dessas imagens? Que história essas imagens mostram? Avalie o potencial de essas imagens tornarem-se ícones. Que impacto elas podem ter sobre os públicos? Considere o efeito das imagens sobre a compreensão do espectador, ou sobre sua relação com o assunto.
 - Discuta se a informação sem imagens sobre um evento será lembrada. Explore o poder de as imagens *atropelarem* outras informações que não estão apresentadas no formato visual. Quais são as implicações disso para uma cidadania bem informada?

92

A IGUALDADE DE GÊNERO E O EMPODERAMENTO DAS MULHERES

- As questões de gênero têm se tornado cada vez mais importantes para a agenda das agências internacionais de desenvolvimento (como a ONU), para os sistemas nacionais e regionais de governo e para as organizações da sociedade civil. Em 1995, a Declaração e

15 Por exemplo, no *link* disponível em: <www.rwanda-genocide.org/multimedia.html>.

Plataforma de Ação de Pequim, adotada durante a IV Conferência Mundial da ONU sobre a Mulher, enfatizou o papel central das mídias na promoção da igualdade de gênero em todos os âmbitos. Todas as partes interessadas são chamadas a unir forças no combate aos “estereótipos sobre as mulheres e à desigualdade de acesso pelas mulheres, e de participação, em todos os sistemas de comunicação, especialmente nas mídias”.¹⁶

- Existe uma clara necessidade de enfatizar o papel das mídias e de outros provedores de informação, como bibliotecas, arquivos e internet, para que se alcancem os objetivos da Declaração. Em uma discussão de sala de aula, explore questões como estas: como as mídias e outros provedores de informação podem efetivamente avaliar sua capacidade de reação em termos de sensibilidade de gênero, e como pode a sociedade civil, por sua vez, avaliar essa capacidade de reação? As mídias são apenas transmissoras de informação relacionadas à igualdade de gênero, ou são parceiras conjuntas na operacionalização da Declaração de Pequim, permitindo a construção de conhecimento e a multiplicação dos seus resultados? Se elas são, de fato, parceiras, como podem cumprir esse papel efetivamente?
- Por muitos anos, as partes globalmente interessadas têm concentrado-se no desenvolvimento das mídias para abordar questões referentes à igualdade de gênero e ao empoderamento das mulheres. A AMI é necessária para os usuários das mídias e dos sistemas de informação e pode promover um comportamento sensível à questão de gênero por parte da mídia. Por meio da AMI, os públicos (leitores, espectadores e ouvintes) são equipados com as competências necessárias (conhecimentos, habilidades e atitudes) para avaliar desempenhos sensíveis à questão de gênero por parte das mídias e dos sistemas de informação, e para participar deles.
 - Peça a um professor para realizar uma breve pesquisa a fim de responder a algumas das seguintes perguntas: as organizações de mídia estão promovendo a AMI no seu país? Como elas estão fazendo isso? Que evidências existem para indicar que elas estão fazendo isso? Dê exemplos específicos, se possível. Como a AMI pode ajudar a lidar com a igualdade de gênero? Que programas locais de desenvolvimento relacionados às questões de gênero existem nos seus países e comunidades? Quais são alguns dos desafios para a implementação desses programas? Em que medida as mídias e outros provedores de informação estão envolvidos nesses projetos? Como você acha que a AMI pode ser usada criativamente para projetar as questões de gênero nas mídias e suas informações, aprimorando a representação das mulheres? Por meio dessas e de outras perguntas, experiências de pesquisa e boas práticas, faça recomendações em relação à igualdade de gênero e à alfabetização midiática e informacional. O que você pensa sobre a igualdade de gênero? Como suas opiniões e experiências podem influenciar sua interpretação das representações de gênero nas mídias e em outras fontes de informação?
- Existem duas perspectivas principais em relação às mulheres e às mídias e outros provedores de informação. Uma delas refere-se ao *status* das mulheres que trabalham nas mídias e em outros provedores de informação, e a outra diz respeito à cobertura ou à imagem que as mulheres têm nas mídias e em outros provedores de informação.
 - Considere algumas das constatações do “Media Monitoring Project 2010”¹⁷ e do “Global Report on the Status of Women in the Newsroom” (ver a lista de fontes de informação ao final desta unidade), ou de qualquer outra pesquisa relacionada às mulheres e às mídias e outros provedores de informação. Discuta quaisquer combinações das seguintes perguntas: quais são as implicações individuais e coletivas dessas constatações? Que tipos de imagens das mulheres são prevaletentes na mídia?

16 UNITED NATIONS. *Report of the Fourth World Conference on Women, 4-5 September, 1995*. New York: United Nations, 1996. Disponível em: <<http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/pdf/Beijing%20full%20report%20E.pdf>>.

17 NT: O “Media Monitoring Project” é uma publicação da *World Association for Christian Communication* (Associação Mundial para Comunicação Cristã), que no Brasil é representada pela União Cristã Brasileira de Comunicação Social (UCBC), uma afiliada da WACC. O relatório está disponível em: <<http://www.whomakesthenews.org/2010/2010-preliminary-report.html>>.

Que fatores sociais, econômicos, culturais e políticos podem estar por trás dessas imagens? Isso deveria ser um motivo de preocupação? O governo deveria abordar as imagens negativas? Se sim, descreva como. O que deveria ser feito pela sociedade civil para lidar com essas questões? Você acredita que é melhor para as mídias agir por meio de autorregulação, em vez de por imposição dos governos ou de outros órgãos externos? Explique. Deveria haver diferenças entre as mídias e outros provedores de informação mantidos com recursos públicos e as mídias privadas? Você acredita que as mídias financiadas com recursos públicos têm uma obrigação específica de assegurar a igualdade de gênero e o empoderamento das mulheres? A AMI foi capaz de lhe empoderar para a ação? Como? O que você pensa sobre a igualdade de gênero? Como podem sua opinião e experiência influenciar suas interpretações de representação de gênero nas mídias e em outros provedores de informação? Você acha que, se mais mulheres trabalhassem nas mídias e em outros provedores de informação, as imagens das mulheres mudariam em comparação às dos homens? Por quê? O que as pesquisas dizem a esse respeito?

- O orientador deveria considerar a possibilidade de desenvolver atividades semelhantes, como as atividades acima relacionadas à questão de gênero, referentes a outros grupos marginalizados, por exemplo, os deficientes físicos, os grupos indígenas, os grupos étnicos minoritários e as comunidades pobres nos subúrbios das cidades e nas zonas rurais etc. A meta deveria ser explorar a representação desses grupos nas mídias a fim de entender-se como essas representações são criadas e por quem, questionando-se sobre quem se beneficia quando essas representações são aceitas e quem sai prejudicado com o resultado.

RECOMENDAÇÕES PARA AVALIAÇÃO

94

- Análise e avaliação de materiais visuais na cobertura de notícias – incluindo componentes técnicos/*de design*
- Identificação e avaliação dos procedimentos de reportagem que melhor contribuam ao desenvolvimento de uma cidadania bem informada
- Avaliação do impacto dos materiais visuais sobre o público

UNIDADE 2: CÓDIGOS DA INDÚSTRIA SOBRE DIVERSIDADE E REPRESENTAÇÃO

► **DURAÇÃO:** 2 horas

PRINCIPAIS TÓPICOS

- Códigos de mídia e ética nas mídias
- Aplicações dos códigos às diferentes mídias
- Avaliação de códigos e regulações

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Após completar esta unidade, os professores estarão em condições de executar as atividades abaixo:

- examinar os códigos de diversidade e os códigos de ética de diversas indústrias de mídia;
- aplicar os códigos de mídia e os códigos de ética a uma série de imagens e textos de mídia;
- avaliar textos de mídia com base nos códigos de mídia e de ética;
- avaliar o propósito e a efetividade desses códigos;
- recomendar sugestões/mudanças nos códigos de mídia e de ética.

ABORDAGENS E ATIVIDADES PEDAGÓGICAS

A necessidade de evitar a regulação estatal das mídias tem levado as indústrias de mídia, em diversas regiões, a desenvolver códigos voluntários de diversidade, para garantir que podem demonstrar um compromisso de inclusão e diversidade em seus conteúdos e suas iniciativas. Muitas indústrias também seguem um código de ética que proíbe o uso de materiais abusivos ou discriminatórios envolvendo as questões de raça, etnia, idade, gênero, capacidade física ou estado civil.

— ATIVIDADES

- Pesquise os códigos de prática e as orientações éticas existentes na sua região. Identifique quem é responsável por criar esses códigos de prática. Faça um resumo das principais áreas incluídas e explique seu propósito. Como elas apoiam os interesses dos cidadãos e dos consumidores? Que efeitos essas regulações têm sobre a indústria?
- Aplique o código de prática às representações na cobertura de notícias do exercício anterior. Avalie em que medida as regulações estão sendo seguidas. Certifique-se de considerar o texto e o contexto da sua avaliação. Dê exemplos específicos da cobertura para ilustrar sua resposta. Nas instâncias em que a cobertura viola as regulações, que recursos estão disponíveis às pessoas?
- Examine outras áreas das mídias cobertas por esses códigos (por exemplo, as imagens de gênero na publicidade). Avalie em que medida as regulações estão sendo seguidas. Delineie a resposta que você daria ao órgão regulador e/ou aos produtores desses textos de mídia.

RECOMENDAÇÕES PARA AVALIAÇÃO

- Resumo das áreas centrais de códigos de diversidade e ética
- Aplicação desses códigos a diversos textos de mídia
- Recomendações de mudanças/inclusões aos códigos/ética

UNIDADE 3: TELEVISÃO, FILMES E PUBLICAÇÃO DE LIVROS

► **DURAÇÃO:** 2 horas

PRINCIPAIS TÓPICOS

- Filmes selecionados – fórmula de sucesso
- A questão da representação nos filmes
- A questão da representação nos livros
- Hollywood, histórias comunitárias e locais

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Após completar esta unidade, os professores estarão em condições de realizar as seguintes atividades:

- examinar o sucesso de programas de televisão e filmes selecionados da atualidade;
- avaliar representações em filmes, na televisão e em materiais publicados (incluindo livros);
- desenvolver um tratamento para filmes e/ou televisão;
- examinar a ordem de colocação de programas televisivos em uma grade de transmissão em rede;
- analisar a representação de gênero em anúncios publicitários;
- analisar estratégias técnicas em representações;
- examinar histórias alternativas e locais na televisão e em filmes.

96

ABORDAGENS E ATIVIDADES PEDAGÓGICAS

Os filmes são uma das mais poderosas mídias dos últimos cem anos, alcançando um público massivo no mundo todo. Recentemente, a televisão e a internet também alcançaram um enorme público em muitas partes do mundo. Ao mesmo tempo, os livros continuam sendo uma fonte significativa de ideias e informações. Todas as quatro mídias e provedores de informação podem desempenhar um papel importante no autoentendimento de uma sociedade, relatando histórias nacionais individuais e promovendo versões específicas de cada história nacional. Uma parte importante da alfabetização midiática e informacional (AMI) é compreender como essas mídias moldam a nossa maneira de sentir o mundo em que vivemos.

— ATIVIDADES

- Use a internet para pesquisar sobre o sucesso de uma grande produção cinematográfica recente. Visite um *site* como o *Box Office Guru*¹⁸. Faça uma lista dos cinco filmes que foram sucesso de bilheteria local ou internacionalmente. Se possível, assista aos

18 NT: No Brasil, são populares os sites Tomatômetro (em inglês, reúne a opinião de críticos e do público e tem significativa participação de brasileiros) e o Adoro Cinema, com conteúdo em português.

trailers de cada um desses filmes *online* ou selecione um filme e assista-o na íntegra. Descreva quem ou o que está representado como elemento central da história desse filme. Explique por que essa representação pode ter um apelo aos públicos.

- Peça aos professores para identificarem diversas versões da representação de eventos históricos. Por exemplo, Napoleão na Rússia: livros publicados durante esse período e a respeito dele; filmes produzidos em diversos gêneros; trabalhos artísticos ou imagens; quaisquer outros materiais visuais, como fotografias e vídeos. Visite um museu ou arquivo (caso exista algum sobre essa área de estudos em sua região) e, com base nisso, reúna materiais para preparar um ensaio a respeito de suas observações.
- Selecione qualquer livro ou artigo escrito sobre seu país. Pode ser a respeito de sua comunidade, cultura ou de um evento específico. Identifique como diferentes aspectos do tema selecionado são representados. Você concorda com essas representações? Por quê ou por que não? Discuta.
- Obtenha uma coletânea de anúncios da internet, dos jornais locais ou da televisão no seu país. Procure garantir que esses anúncios incluam tanto mulheres quanto homens. Em pequenos grupos, discuta como as mulheres são representadas nos anúncios em comparação com os homens. Anote algumas das suas observações. Discuta as possíveis implicações de algumas dessas representações. Há representações que são vistas diferentemente por alguns membros do grupo? Por que você acha que isso acontece?
- Um filme popular tem como foco o mito arquetípico da *jornada heroica*. Os mitos representam sistemas de crenças implícitas que expressam medos, desejos e aspirações de uma cultura. Nessas histórias, o herói – não consciente de seu destino – é movido a assumir uma importante jornada. O herói normalmente passa por diversos estágios como parte de sua busca, incluindo estes fatos: seu *surgimento* ou início; o momento que toma consciência de seu *chamado* ou destino; o envolvimento romântico; o enfrentamento com os opositores; o aconselhamento de um sábio mais velho; e, finalmente, o retorno para casa.
 - Desenvolva uma lista de filmes baseados nessa fórmula. Escreva sobre o que os torna atraentes ao público. Descreva o herói, explicando em que medida ele representa os desejos e valores do indivíduo na sociedade.
 - Descreva o trabalho de câmera, bem como o uso do som e da música. Avalie como esses elementos técnicos reforçam as representações centrais da história (ou seja, a impressão criada a respeito de um vilão ou de um herói romântico). Explique como o significado de certas cenas no filme mudaria se, por exemplo, a trilha sonora fosse diferente.
- “Nossa meta é atingir uma variedade de perspectivas representadas no cinema e na televisão. Aumentar o número de perspectivas disponíveis na tela não significa tirar algo de ninguém. Na verdade, isso conduz a uma programação mais variada e melhor e a novas perspectivas na tela” (Joan Pennefather, primeira mulher diretora do Conselho Nacional de Filmes do Canadá, em *Maclean's*, 29 de março de 1993).
 - Visite os *sites* da internet da grande mídia, do público local e do público comunitário que representam alternativas aos campeões de bilheteria de Hollywood¹⁹. Percorra a seleção de histórias contadas por meio dessas empresas ou organizações. Compare essas histórias com as que são produzidas pelos grandes estúdios de Hollywood. Avalie o valor dessas organizações *independentes* ao darem voz a histórias alternativas e locais.
 - Discuta a responsabilidade das indústrias de filmes e de televisão em relação a seus espectadores. Por que todos os espectadores deveriam ter condições de ver a si mesmos e suas histórias representadas nas telas? Discuta as implicações das histórias direcionadas ao público em geral e suas representações para públicos diferentes. Explore como os canais direcionados a públicos específicos, os diversos *sites* da internet, os *blogs* e as novas tecnologias estão influenciando a arte de contar histórias e estão oferecendo representações alternativas aos públicos.

19 NT: *Sites* interessantes para essa atividade são o do Festival de Sundance nos Estados Unidos (que reúne representações alternativas do mundo todo) e o Porta Curtas da Petrobrás, um acervo *online* de filmes alternativos brasileiros.

RECOMENDAÇÕES PARA AVALIAÇÃO

- Análise de exemplos atuais de programas de televisão e filmes em cartaz
- Avaliação do impacto das estratégias técnicas e da forma dada ao conteúdo e às representações
- Exame e avaliação de organizações nacionais de filmes e produtoras independentes ao fornecerem histórias alternativas e locais

UNIDADE 4: REPRESENTAÇÃO E VIDEOCLIPES²⁰

► **DURAÇÃO:** 2 horas

PRINCIPAIS TÓPICOS

98

- Análise de videoclipes
- Representação
- Música e mudança social
- O uso de roteiros de imagens

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Após completar esta unidade, os professores estarão em condições de realizar as atividades abaixo:

- desenvolver um roteiro de imagens e um tratamento para um videoclipe;
- analisar um videoclipe, com ênfase nas representações de gênero, raça e sexualidade;
- examinar representações na música *alternativa*;
- comparar representações de mídias alternativas com as representações das principais correntes de mídia.

ABORDAGENS E ATIVIDADES PEDAGÓGICAS

A música desempenha um papel vital em todos os âmbitos da sociedade humana. A música é geralmente vista como entretenimento, mas ela também tem um papel significativo em

²⁰ NT: A palavra *videoclipe*, ou simplesmente *clipe*, tem sido usada no português brasileiro em referência ao gênero midiático que, em inglês, chama-se *music video*. Nesta tradução, optamos por usar o termo comum ao repertório do público brasileiro.

muitas práticas religiosas e culturais e é frequentemente usada em disputas políticas. Entender como a música afeta os públicos é parte da AMI.

■ Utilizando a internet, examine os vídeos de artistas famosos da atualidade. Analise as mensagens e os valores de um vídeo de sua preferência (com base na disponibilidade da letra da música, bem como do vídeo da canção). A análise deve envolver os seguintes elementos:

- o conteúdo da letra, incluindo uma descrição das maneiras como as imagens do vídeo relacionam-se à letra, à melodia da canção e à interpretação que o professor tem a respeito da letra;
- os componentes técnicos do vídeo, considerando o uso de cores, iluminação, edição (ritmo, justaposição, cortes seguindo a batida), efeitos especiais e a conexão entre os componentes de áudio e vídeo;
- as questões sociais abordadas no vídeo, considerando como essas mensagens poderiam ser diferentes se pessoas de outras classes sociais ou raças fossem incluídas, ou se as personagens masculinas e femininas mudassem seus papéis.

Interprete as mensagens ideológicas e os valores representados no vídeo usando as seguintes perguntas como guia:

- O vídeo apresenta as crenças de um grupo específico?
- Descreva as representações de homens e mulheres no vídeo. É usado algum estereótipo? Se sim, com que efeito?
- Quem está em uma posição de poder? Quem não está? Quem se beneficia com o resultado?
- O vídeo exclui algum grupo de pessoas e suas crenças?
- Que definições de felicidade, sucesso ou moralidade estão pressupostas?

Determine o público-alvo. Avalie em que medida o vídeo exerceria alguma influência em outros públicos.

■ Avalie o poder da cultura e da música popular como ferramentas de transformação. Que papel têm os músicos e os artistas em transmitir ideias políticas e sociais e em promover a justiça social? Confira o trabalho da organização *Freemuse*, com sede na Dinamarca, que apoia músicos envolvidos em causas sociais e políticas²¹. Que questões e eventos têm sido representados nas suas músicas? Com que efeitos?

■ Selecione letras de músicas e prepare um roteiro de imagens original para um vídeo a fim de transmitir a mensagem contida na letra da música. Considere cuidadosamente as imagens que representarão a letra. Identifique e selecione os elementos técnicos que realçarão essa representação.

- Caso já exista um vídeo para essa canção, compare o roteiro de imagens com o vídeo que foi efetivamente produzido, apontando as diferenças e semelhanças em termos de imagens e técnicas.

■ Visite na internet o *site* de uma organização que, a exemplo da *MediaWatch* (disponível em: <www.mediawatch.org>), seja comprometida em desafiar “o racismo, o sexismo e a violência nas mídias por meio da educação e da ação”. Investigue as metas e as campanhas dessa organização e de organizações semelhantes.

21 NT: Uma referência brasileira importante é o Circuito Fora do Eixo, que promove a música alternativa em ações baseadas na economia solidária.

RECOMENDAÇÕES PARA AVALIAÇÃO

- Análise e avaliação de exemplos atuais de videoclipes com base nas representações, nos elementos técnicos, na ideologia e nas mensagens de valor
- Desenvolvimento de um roteiro de imagens para letras de músicas de sua escolha

FONTES DE INFORMAÇÃO PARA ESTE MÓDULO²²

As seis primeiras fontes citadas abaixo são meramente ilustrativas e foram retiradas principalmente da América do Norte. Elas podem ser inapropriadas para países fora dessa região, portanto os orientadores podem desenvolver ou pesquisar suas próprias fontes, partindo principalmente da realidade de sua própria região.

- *Re:constructions*. Disponível em: <<http://web.mit.edu/cms/reconstructions>>. Um *site* lançado por membros da comunidade de Estudos de Mídia Comparada do MIT nos dias seguintes aos eventos de 11 de setembro de 2001.
- *Imob.com*. Disponível em: <www.imob.com>. Base de dados com um amplo acervo de *links* musicais: gravações, filmes, tecnologia, cursos de produção
- *Birth Television Archive*. Disponível em: <<http://www.birth-of-tv.org/birth>>. Os arquivos históricos da televisão europeia.
- *Cynopsis*. Disponível em: <www.cynopsis.com>. Notícias gratuitas diárias direcionadas à indústria televisiva.
- *Box Office Guru*. Disponível em: <<http://boxofficeguru.com>>. Com estatísticas das bilheterias norte-americanas e internacionais, incluindo as atuais e as anteriores.
- *The Internet Movie Data Base*. Disponível em: <www.imdb.com>. O mais abrangente *site* para pesquisar sobre filmes e televisão. Amplo acervo de informação sobre títulos individuais, avaliações, *chat*, atores, diretores e gêneros.
- UN WOMEN WATCH. Fourth World Conference on Women. *Beijing Declaration and Platform for Action*. 1995. Disponível em: <<http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/platform/>>.
- INTERNATIONAL FEDERATION OF JOURNALISTS. *Getting the balance right: gender equality in journalism*. Bruxelas, Bélgica, 2009. Disponível em: <http://portal.UNESCO.org/ci/en/files/28397/12435929903gender_booklet_en.pdf/gender_booklet_en.pdf>.
- WORLD ASSOCIATION OF CHRISTIAN COMMUNICATION. *Who Makes the News? Global Media Monitoring Project*. Toronto, Canadá: WACC, 2010. Disponível em: <www.whomakesthenews.org>.
- INTERNATIONAL WOMEN'S MEDIA FOUNDATION. *Global Report on Status of Women in the News Media*. Washington, DC, USA AT, 2011. Disponível em: <<http://www.iwmf.org/pdfs/IWMF-GlobalReport.pdf>>.

22 NT: O *site* da Rede Nacional de Observatórios de Mídia (RENOI) é um ponto de partida para localizar fontes de informação brasileiras que auxiliam no estudo das representações na mídia.



MÓDULO 4: LINGUAGENS NAS MÍDIAS E NA INFORMAÇÃO

101

A linguagem é uma fonte de mal-entendidos.

Antoine de Saint-Exupéry (1900 – 1944)

CONTEXTO E JUSTIFICATIVA

“O meio é a mensagem” – hoje, uma famosa citação – é uma frase que foi escrita por Marshall McLuhan em 1964. Se o meio pode afetar a maneira como as mensagens são recebidas, o próprio contexto ou a experiência dos usuários ou do público também pode afetar a interpretação das mensagens. Um importante passo para tornar-se alfabetizado em mídia e informação é entender como informações, ideias e significados são comunicados por meio de diferentes mídias e outros provedores de informação, como bibliotecas, arquivos, museus e internet. Cada mídia tem sua própria *linguagem* ou *gramática* com que transmite significados de uma maneira particular. Nesse sentido, a *linguagem* refere-se aos elementos técnicos ou simbólicos, ou aos códigos e convenções que os profissionais das mídias e da informação podem selecionar e utilizar para comunicar ideias, informações e conhecimentos. Os códigos técnicos incluem som, ângulos de câmera, tipos de enquadramentos e iluminação. Podem incluir, por exemplo, uma música de suspense para comunicar uma situação de perigo em um filme, ou ângulos baixos de câmera para criar sensação de poder em uma fotografia. Os códigos simbólicos incluem a linguagem, o vestuário, as ações das personagens ou ícones facilmente compreensíveis. Por exemplo, uma rosa vermelha pode ser usada simbolicamente para transmitir uma mensagem de romance, ou um punho fechado pode ser usado para

comunicar uma mensagem de raiva. As linguagens midiáticas também podem incluir o uso repetido de palavras, frases ou imagens específicas, também conhecidas como linguagem verbal ou visual. Quando estudamos as linguagens da mídia, três perguntas principais devem ser consideradas: como as linguagens midiáticas são entendidas pelos seus públicos? Quais são alguns dos principais códigos e convenções utilizados por quem trabalha nas mídias e no mundo da informação nos dias de hoje? É importante também questionar se diferentes pessoas podem ou não extrair significados distintos de um mesmo texto ou peça de informação.

Este módulo visa à formação de professores, para que eles assimilem conhecimentos sobre uma série de linguagens midiáticas e entendam as maneiras como a informação e as mensagens podem ser transmitidas; e como a interpretação das informações ou das ideias das mídias e de outros provedores de informação pode relacionar-se aos tipos de linguagem utilizados.

UNIDADES

1. Leitura de textos sobre mídia e informação
2. O meio e a mensagem: mídia impressa, digital e radiodifusão
3. Gêneros de filmes e a arte de contar histórias

UNIDADE 1: LEITURA DE TEXTOS RELACIONADOS À MÍDIA E À INFORMAÇÃO

► **DURAÇÃO:** 2 horas

PRINCIPAIS TÓPICOS

- Exame de códigos e convenções em textos de informação
- Análise de significado: símbolos e linguagem visual
- Análise de linguagens midiáticas – colagens de fotos e vídeos

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Após completar esta unidade, os professores estarão em condições de executar as seguintes atividades:

- identificar códigos e convenções usados para transmitir significados em uma série de textos relacionados às mídias;
- identificar sinais e símbolos usados para uma série de propósitos em comunidades locais e globais.

ABORDAGENS E ATIVIDADES PEDAGÓGICAS

- Liste alguns códigos e convenções técnicas e simbólicas usadas nos seguintes textos midiáticos: novelas, folhetos turísticos, documentários, comédias que retratam as vidas de famílias e anúncios políticos. Que mensagens e informações são transmitidas por meio desses códigos?
- Identifique as placas e os símbolos usados na sua comunidade para a transmissão de informações (por exemplo, para fornecer orientações, localizar atrações turísticas etc.). Descreva as *linguagens* verbais e visuais usadas nessas placas e nesses símbolos, para que sejam facilmente entendidos pelas pessoas na sua comunidade. Considere o uso das fontes, as imagens estilizadas, o *design* etc.
- Examine uma série de cartões postais do seu país ou da sua comunidade. Identifique os códigos simbólicos e técnicos centrais usados em cada um deles. Que informações sobre seu país são comunicadas pelo uso desses códigos? Que informações são omitidas? Crie um cartão postal sobre um lugar ou uma organização de sua escolha. Quais códigos técnicos e simbólicos primordiais você usaria para transmitir informações importantes e gerar a impressão desejada?
- Valendo-se de fotos ou imagens de vídeo, crie uma colagem de imagens para veicular a mensagem da importância da sua escola a um público específico. Considere o uso apropriado de ícones, símbolos, linguagem visual ou verbal, música, cores, planos e ângulos de câmera etc. para envolver e comunicar-se com seu público. Os públicos poderiam ser potenciais estudantes que queiram matricular-se na escola, os pais desses estudantes, os responsáveis pela escola, um político, entre outros.

103

RECOMENDAÇÕES PARA AVALIAÇÃO

- Análise de códigos e convenções em uma série de textos
- Análise de placas e símbolos na comunidade
- Análise e avaliação dos códigos utilizados nos cartões postais locais ou nacionais
- Criação de colagens

UNIDADE 2: O MEIO E A MENSAGEM: NOTÍCIAS IMPRESSAS E AUDIOVISUAIS

► **DURAÇÃO:** 2 horas

PRINCIPAIS TÓPICOS

- Análise de códigos e convenções nas mídias de notícias
- Aplicação de códigos e convenções à redação de uma reportagem
- Linguagens midiáticas e significado: avaliação e análise de notícias e informações

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Após completar esta unidade, os professores estarão em condições de executar as atividades abaixo:

- analisar os códigos e as convenções utilizadas nas coberturas de televisão, rádio e jornais sobre um evento;
- aplicar esses códigos e convenções a uma reportagem;
- avaliar como uma mídia e seus códigos e convenções específicas podem moldar a mensagem transmitida;
- avaliar as informações que podem ser transmitidas pelo uso de uma mídia específica.

ABORDAGENS E ATIVIDADES PEDAGÓGICAS

- Um governo planeja modificar a legislação que diz respeito à proteção ambiental. Um representante governamental acaba de fazer um discurso justificando a posição do governo. Um numeroso grupo de jovens realiza um protesto, e acontece um confronto entre os protestantes e a polícia
 - Imagine como esse evento será coberto por um jornal, uma estação de rádio e uma estação de televisão. Como você acha que a cobertura diferirá, e por quê? Quanto dessas diferenças deve-se a características específicas de cada mídia?
- Selecione um evento ou uma questão atual de interesse, como uma nova política educacional, um evento cultural ou político recente ou uma questão de saúde pública. Trabalhando em grupos, desenvolva uma reportagem desse evento tal como apareceria no rádio, no jornal ou em um programa de televisão. Para o rádio, a matéria não deve durar mais que 20 segundos; para o jornal, deve ter no máximo 210 palavras; e, para a televisão, durar entre um e dois minutos. Após completar as matérias, discuta os resultados a partir das seguintes questões:
 - Como as diferentes mídias afetam o tipo de cobertura realizado e a informação transmitida?

- Que códigos e convenções são usados no desenvolvimento de cada matéria?
- Como esse exercício exemplifica a frase “o meio é a mensagem”?
- Crie uma colagem de imagens ou símbolos que poderiam ser usados para promover uma escola ou outra instituição, considerando o público-alvo e as informações transmitidas.

RECOMENDAÇÕES PARA AVALIAÇÃO

Descrição e avaliação do tipo de cobertura de notícias possível em uma série de mídias.

- Desenvolvimento e análise de uma reportagem para rádio, televisão e jornais

UNIDADE 3: GÊNEROS DE FILMES E A ARTE DE CONTAR HISTÓRIAS

► **DURAÇÃO:** 2 horas

105

PRINCIPAIS TÓPICOS

- Gêneros de filmes
- Códigos técnicos e simbólicos em filme
- Roteiro de imagens da cena de um filme²³

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Após completar esta unidade, os professores estarão em condições de realizar as seguintes atividades:

- identificar uma série de gêneros de filmes e os códigos e convenções associados a eles (uso de técnicas de filmagem, conteúdo do tema, personagens, roteiros convencionais, situações e ambientação);
- identificar códigos técnicos e simbólicos específicos usados para transmitir significados em filmes;
- desenvolver um roteiro de imagens para a cena de um filme incluindo os códigos e as convenções de um gênero específico;
- identificar os códigos e as convenções usadas em um gênero popular de filme em um país estrangeiro.

²³ NT: No Brasil, comumente também se adota o termo em inglês *storyboard* para se referir à produção de roteiros que descrevem as tomadas-chave de um filme ou cena.

ABORDAGENS E ATIVIDADES PEDAGÓGICAS

- Desenvolva uma lista de gêneros de filmes de sua preferência. Identifique os elementos centrais que definem cada gênero. Assista a uma cena de um desses filmes. Observe os seguintes elementos: o fluxo da história, a ambientação, os tipos de personagens, a música, a iluminação, os efeitos especiais, a edição e o trabalho de câmera. Quais são as mensagens e os valores transmitidos pelo uso desses elementos no filme? Explique como o significado da cena pode ser alterado pela mudança de diversos elementos (por exemplo, a ambientação, a trilha sonora etc.).
- Em grupos, crie um roteiro de imagens para uma cena de um gênero de filmes de sua escolha. Explique como a *linguagem* do gênero é captada em cada cena.
- Mostre aos professores um clipe de um filme popular de um país estrangeiro. Compare e contraste as “linguagens” utilizadas com as de um filme produzido em seu próprio país. Discuta o efeito das diversas técnicas utilizadas. O que está sendo comunicado por meio dessas técnicas? Qual você acredita ser o público-alvo de cada filme?
- Utilizando a internet ou uma biblioteca local, identifique dois cartazes do mesmo filme a ser exibido em diferentes países e considere as seguintes perguntas:
 - Que impressão sobre o filme é transmitida pelos cartazes?
 - Que códigos técnicos e simbólicos estão sendo usados? Com que efeito?
 - Você consegue identificar o público-alvo de cada filme a partir dos seus cartazes?
 - Que informações são transmitidas sobre cada filme por meio dos cartazes?

RECOMENDAÇÕES PARA AVALIAÇÃO

- Análise de uma cena de um filme
- Criação de um roteiro de imagens para a cena de um filme
- Análise de cartazes de filmes
- Comparação de filmes

TÓPICOS PARA CONSIDERAÇÃO FUTURA

- Uso de trilhas sonoras em filmes
- Artistas que criam efeitos sonoros
- Convenções em filmes de documentários

FONTES DE INFORMAÇÃO PARA ESTE MÓDULO²⁴

As fontes citadas abaixo são meramente ilustrativas e provêm principalmente da América do Norte e do Reino Unido. Elas podem ser inapropriadas fora dessas regiões, portanto os orientadores devem desenvolver ou pesquisar suas próprias fontes, principalmente em sua própria região.

24 NT: Uma referência brasileira interessante é o *site* Mnemocine, disponível em <www.mnemocine.com.br/>.

- GOODMAN, Steve. *Teaching Youth Media: a critical guide to literacy, Video production, and social change*. New York: Teacher's College Press, 2003.
- HITCHCOCK, Peter. *Videography: a guide to making videos*. Ontario, Canada: Peter Hitchcock Productions, 1992.
- JENKINS, Henry. *Convergence Culture: where old media and new media collide*. New York: New York University, 2006.
- McLUHAN, Eric; ZINGRONE, Frank. *Essential McLuhan*. Canada: Anansi, 1995.
- BONE, Jan; JOHNSON, Ron. *Understanding the Film: an introduction to film appreciation*. New York: Glencoe McGraw Hill, 2001.
- BORDWELL, David; THOMPSON, Kristin. *FILM ART: an introduction*. 6.ed. New York: McGraw Hill, 1998.
- *Film Education*. Disponível em: <www.filmeducation.org>. Inclui uma série de materiais gratuitos de ensino e ótimos guias de estudo, muitos dos quais podem ser baixados do *site*.
- *Film Study Guides for High School*. Disponível em: <www.cinematheque.bc.ca>. Escritos para a *Pacific Cinematheque* e distribuídos pela *Open Learning Agency* de BC, Canadá, incluindo guias de estudo para filmes individuais.
- *National Film Board of Canada*. Disponível em: <www.nfb.ca>. A NFB trabalha com escolas bibliotecas públicas e museus para unir filmes documentários e educação.
- HOWARD, Sue (Ed.). *Wired-Up: young people and the electronic media*. UK: Routledge, 1998. Essa antologia foi publicada como uma introdução a importantes pesquisas sobre novas tecnologias de comunicação.



MÓDULO 5: PUBLICIDADE

CONTEXTO E JUSTIFICATIVA

108

A publicidade envolve o uso pago de mídias (impressas e eletrônicas) – em termos de tempo ou de espaço – para promover uma mensagem, um serviço ou um produto. Em termos gerais, existem dois tipos de publicidade: a publicidade comercial e os anúncios de utilidade pública, por vezes chamados de *marketing* social. A publicidade comercial envolve tipicamente a promoção de uma pessoa, de um produto, de um serviço ou de uma empresa, a fim de gerar vendas (por exemplo, anúncios comerciais e impressos de empresas de vestuário, refrigerantes, cinemas etc.), enquanto que os anúncios de utilidade pública envolvem a promoção de mensagens e serviços que beneficiam o público em geral (por exemplo, mensagens de utilidade pública sobre saúde e segurança, promoção da alfabetização etc.). Ambas as formas de publicidade constituem a fonte primária de receitas para as mídias tradicionais e as novas mídias. As receitas que as mídias e outros provedores de informação recebem da publicidade são usadas para pagar os custos operacionais e o desenvolvimento de conteúdos (por exemplo, programas de televisão, materiais para a internet, artigos de revistas, programas de rádio etc.). Sem essa receita, a maioria das empresas privadas de mídia, que fazem parte de um mecanismo central de defesa da democracia e das liberdades de que usufruímos, não conseguiria sobreviver.

É importante para as mídias atrair receitas de publicidade oferecendo oportunidades ou *veículos* que sejam atraentes aos anunciantes e patrocinadores. Dessa forma, elas frequentemente desenvolvem conteúdos demandados pelo público ou conteúdos capazes de atrair amplos grupos de cidadãos. Esses grupos podem ser categorizados de acordo com os critérios de idade, raça, sexo, renda, orientação política e assim por diante.

De uma forma ou de outra, a publicidade alcança quase todos os cantos do mundo. As empresas, as organizações, os cidadãos e os governos usam a publicidade para promover produtos e serviços e para transmitir informações, crenças e valores. As informações

ou mensagens transmitidas por meio da publicidade são essenciais para as tomadas de decisão do público. Em função do papel proeminente da publicidade em nossas sociedades hoje, os professores devem entender o que faz parte da criação da publicidade efetiva e devem ter condições de avaliar os anúncios publicitários como fontes de informação. Além disso, é importante que os professores aprendam sobre os mecanismos que fazem com que os cidadãos respondam aos anúncios da indústria e dos representantes governamentais.

Porém, a publicidade pode ter um efeito negativo sobre as mídias. A pressão dos anunciantes pode levar jornalistas a evitar tópicos controversos. Ela pode ocupar um espaço de conteúdos de interesse público com conteúdos de entretenimento que atraiam um público específico. A menos que haja uma clara divisão entre os lados editoriais e comerciais das mídias – e isso vem acontecendo cada vez menos –, os interesses comerciais de uma empresa de mídia podem determinar os conteúdos e a cobertura de notícias sem que fique evidente.

As oportunidades de publicidade têm expandido-se com a explosão das mídias e da tecnologia, mas a indústria continua sendo regulada por códigos específicos que visam a manter a confiança do público. Em termos gerais, esses códigos operam em âmbito nacional e são criados pela indústria publicitária. Os códigos são feitos para ajudar a garantir que a publicidade seja verdadeira, justa e precisa. Em muitos países, há conselhos de publicidade e grupos de direitos de consumidores que podem ser contatados pelos consumidores se eles tiverem perguntas ou questões a discutir sobre as práticas das indústrias.

Nos dias de hoje, a publicidade foi além do seu papel tradicional. Ela não está mais confinada aos comerciais de televisão, aos anúncios de revistas ou aos letreiros. Atualmente, cada vez mais, os anúncios de produtos, as informações, as mensagens e as ideias podem ser veiculadas por meio de janelas de *pop-up* nos *sites* da internet, nos telefones celulares e em outros aparelhos portáteis, na colocação de produtos em filmes e em programas de televisão e via acordos de patrocínio, enquanto as empresas continuam buscando novas maneiras de levar suas informações ao público. Os governos, políticos e organizações não governamentais (ONGs) também fazem uso de estratégias de publicidade à medida que buscam promover e buscar a aprovação de políticas ou programas e, em alguns casos, aprimorar sua imagem.

Em muitos países, a base local de publicidade privada não é suficiente para sustentar todas as entidades de mídia existentes. Por isso, às vezes, as empresas de mídia precisam também depender dos anúncios de empresas estrangeiras e do governo. Além disso, as empresas e organizações internacionais que buscam alcançar os públicos locais compram espaço de divulgação nas mídias locais. Há poucos anos, temos visto o surgimento de *supermarcas*: produtos ou empresas cuja publicidade e cujos esforços de divulgação direcionaram-se a um alcance global.

UNIDADES

1. Publicidade, receitas e regulação
2. Anúncios de utilidade pública
3. Publicidade: o processo criativo
4. A publicidade e a arena política

UNIDADE 1: PUBLICIDADE, RECEITAS E REGULAÇÃO

► **DURAÇÃO:** 2 horas

PRINCIPAIS TÓPICOS

- Análise de regulações publicitárias
- Aplicação de regulações aos anúncios atuais
- A publicidade como um modelo de receitas

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Após completar esta unidade, os professores estarão em condições de realizar as seguintes atividades:

- investigar a publicidade como uma importante fonte de receitas para a televisão;
- examinar e avaliar o propósito e a eficácia das regulações na indústria publicitária;
- aplicar as regulações existentes aos atuais exemplos de publicidade;
- avaliar o impacto da publicidade na programação e no conteúdo da mídia.

ABORDAGENS E ATIVIDADES PEDAGÓGICAS²⁵

- Utilizando a internet ou uma biblioteca, investigue as regulações existentes na sua região sobre a indústria publicitária. Identifique onde as regulações estão localizadas para os cidadãos que precisam acessar essas informações. Faça um resumo das áreas centrais cobertas pelas regulações e explique seu propósito. Explique como elas defendem os interesses de cidadãos e consumidores. Explique o impacto potencial dessas regulações sobre a indústria.
- Aplique as regulações a uma série de anúncios encontrados nas mídias locais. Avalie em que medida as regulações estão sendo seguidas. Dê exemplos específicos de cada anúncio para ilustrar sua resposta. Quando um anúncio violar as regulações, investigue que recurso está disponível aos consumidores.
- Investigue se as necessidades dos anunciantes têm afetado o tipo ou a qualidade da programação ou cobertura na mídia. Analise a publicidade como uma forma de mídia específica. Por exemplo, analise a programação do horário nobre de televisão ou rádio na sua região. Observe os programas transmitidos entre as 20 e 23h.

25 NT: Fontes de informação brasileiras relevantes para essas atividades são os *sites* do jornal "Meio&Mensagem" e do Conselho Nacional de Autorregulação Publicitária (CONAR).

- Selecione uma emissora específica e assista ou escute sua programação por uma ou duas horas, listando os anúncios veiculados durante esse período. Explique a justificativa por trás da veiculação desses anúncios durante programas específicos. Observe também qualquer anúncio ou uso de produtos que ocorram dentro dos próprios programas. Avalie a eficácia das estratégias de publicidade utilizadas durante esse período para alcançar os públicos-alvo.
- Investigue as avaliações dos dez programas de televisão mais vistos na sua região. Selecione uma rede de televisão e determine os produtos ou serviços que você escolheria divulgar durante um programa específico, ou em uma faixa de horário. Explique suas escolhas, identificando o público-alvo que poderia ser alcançado durante esse período. Faça uma pesquisa para determinar a receita gerada por um anúncio de 30 segundos nesse período.
 - Considerando que a publicidade é uma fonte primária de receita para a mídia, responda: a liberdade de expressão, a liberdade de imprensa e o livre acesso à informação deveriam ser sacrificados para satisfazer os anunciantes, as grandes empresas ou o governo? Quais são as implicações disso? As subvenções governamentais às mídias financiadas com o dinheiro público e outros provedores de informação deveriam ser contabilizadas para o governo em termos de receitas de publicidade?
 - O objetivo primário das mídias e de outros provedores de informação é o lucro. Discuta essa afirmação. Apresente argumentos em seu favor e contra. As mídias e outros provedores de informação podem operar sem anúncios? Que ações deveriam ser feitas pelos cidadãos se fosse descoberto que as mídias e outros provedores de informação estão sacrificando o bem público pelas receitas de anúncios? Por que certas ações deveriam ser realizadas?

— OBSERVAÇÃO

Este exercício também pode ser adaptado para uso com jornais, revistas, *sites* da internet etc.

RECOMENDAÇÕES PARA AVALIAÇÃO

- Análise e avaliação de anúncios com base nas regulações existentes
- Investigação e avaliação de programas de televisão, anúncios e receitas de faturamento

UNIDADE 2: ANÚNCIOS DE UTILIDADE PÚBLICA

► **DURAÇÃO:** 3 horas

PRINCIPAIS TÓPICOS

- Análise de anúncios de utilidade pública
- O processo criativo e o planejamento de um anúncio de utilidade pública

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Após completar esta unidade, os professores estarão em condições de executar as atividades abaixo:

- analisar alguns anúncios de utilidade pública como forma de comunicar informações sobre uma série de questões;
- desenvolver o esboço de um anúncio de utilidade pública para uma questão escolhida, incluindo descrição de propósitos, mensagem, público-alvo e estratégias técnicas e criativas;
- produzir um anúncio de utilidade pública;
- avaliar a eficácia das estratégias de comunicação e do anúncio para transmitir as informações e a mensagem desejada, e para alcançar o público-alvo.

ABORDAGENS E ATIVIDADES PEDAGÓGICAS

Periodicamente, os governos desejam comunicar-se com seus cidadãos pelas mídias, a fim de alcançar uma meta específica de políticas públicas. Os exemplos clássicos dessas iniciativas incluem campanhas de saúde pública para conter a propagação do HIV e da aids, campanhas para encorajar o uso de mosquiteiros a fim de reduzir surtos de malária, ou campanhas de alfabetização. Esses anúncios são conhecidos como anúncios de utilidade pública.

- Com base nos exemplos incluídos, discuta o significado e o propósito dos anúncios de utilidade pública. Explique como eles diferem da publicidade comercial. Crie uma lista de questões que você já viu serem abordadas nesses anúncios. Identifique os diferentes usos dos anúncios de utilidade pública na sua região.
- Visite um dos seguintes *sites* de utilidade pública²⁶ (esses *sites* representam apenas uma amostra das fontes disponíveis para ilustrar a atividade descrita aqui. Em seu lugar, podem ser usadas outras fontes mais apropriadas para diferentes regiões) disponíveis em:

²⁶ NT: No Brasil, exemplos de publicidade de utilidade pública estão disponíveis nos *sites* da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), disponível em: <<http://portal.anvisa.gov.br/wps/portal/anvisa/anvisa/educacao>>, e do Ministério da Educação (MEC), disponível em: <<http://centraldemidia.mec.gov.br/>>.

- <<http://www.un.org.za/public-service-announcement-on-the-effects-of-drugs>>.
- <<http://www.unodc.org/unodc/en/human-trafficking/human-trafficking-publicservice-announcements.html>>.
- <<http://saloproductions.com/public-service-announcements/psa-samples.php>>.

Examine alguns anúncios de utilidade pública – impressos e em vídeo – e discuta as principais características de cada um. Identifique as informações centrais e a mensagem principal transmitida, analisando como elas são apresentadas. Considere tanto a estratégia técnica quanto a criativa.

- Analise o uso do apelo emocional em diversos anúncios de utilidade pública. Identifique quaisquer reivindicações feitas por esses anúncios, e se elas se apoiam ou não em fatos. Analise como os elementos técnicos de um anúncio de utilidade pública reforçam seu significado ou sua mensagem. Explique os efeitos criados pelo uso de diferentes planos e ângulos de câmera. Explique como o som pode ser usado para transmitir significados.
- Os professores podem desconstruir mais detalhadamente um anúncio de utilidade pública a partir das amostras, criando um roteiro de imagens para ele com base naquilo que assistiram. Será necessário que o anúncio seja visto mais de uma vez, e o orientador terá de fazer pausas a cada *frame*, para que os professores em formação possam documentar nos seus roteiros o que estão vendo e ouvindo. Amostras de roteiros de imagem podem ser obtidas no *site* <www.storyboardsinc.com>.
- Desenvolva um esboço para um anúncio de utilidade pública sobre uma importante questão social ou cultural. Discuta e elabore uma lista de possíveis questões para serem usadas como base para o anúncio. Discuta o propósito e o público. Por sua vez, essa discussão ajudará a moldar a mensagem a ser transmitida. Considere as informações centrais e a mensagem principal que você deseja transmitir.
 - Agora considere quem você deseja alcançar, e como. As informações e a mensagem devem ser direcionadas a um público-alvo específico.
 - Em um papel, descreva sua ideia e desenvolva uma lista de estratégias que podem ser usadas na criação do anúncio de utilidade pública. Elas podem incluir estratégias criativas (as ideias do conteúdo do anúncio) e estratégias técnicas (o componente de produção).
 - Complete o esboço do seu anúncio, incluindo a descrição da ideia, da estratégia técnica, da estratégia criativa e do público

ORIENTAÇÕES PARA UM ANÚNCIO DE UTILIDADE PÚBLICA

Adaptadas da *Think Literacy*, disponível em: <www.edu.gov.on.ca/eng/.../thinkliteracy/library.html>.

Ideia: elaborada por você para alcançar os objetivos da organização ou do cliente, explicando o propósito ou a função da campanha.

Estratégias: criativa (uma explicação das suas ideias, incluindo a descrição de como os objetivos podem ser alcançados); e técnica (que mídias podem ser usadas, e de que maneira, a fim de alcançar os objetivos do cliente).

Público: quem é seu público-alvo? Quem você precisa alcançar? Apresente uma descrição detalhada do seu público (por exemplo, idade, gênero, raça, classe, nacionalidade, nível de familiaridade com esse formato de mídia etc.).

Texto: a mensagem geral da campanha, que deve estar ligada aos objetivos, e a estratégia criativa mencionada acima (ou seja, as informações centrais incluídas, o ponto de vista, o roteiro, as imagens de homens e mulheres, a linguagem, os costumes e o comportamento das personagens). Considere o uso de reivindicações e do apelo emocional.

Produção: delineie o que precisa ser produzido. Isso deve estar ligado à sua estratégia técnica. Considere localizações, trabalho de câmera, som, dublagem, efeitos especiais, animação gráfica etc. Decida quais tecnologias transmitirão o significado que você deseja e complementarão sua mensagem.

Componente industrial / comercial: explique e defenda escolhas a respeito de onde e quando você deseja que seu anúncio de utilidade pública seja veiculado. Um anúncio de utilidade pública de televisão, rádio ou internet também deve incluir elementos de anúncios apresentados nesses meios, como um *slogan* ou *jingle*, reivindicações ou apelos específicos, um *script* incluindo a ambientação apropriada, o figurino e um roteiro de imagens que inclua as orientações apropriadas de vídeo e/ou áudio.

RECOMENDAÇÕES PARA AVALIAÇÃO

- O conceito e os planos de um anúncio de utilidade pública
- O produto final: o anúncio de utilidade pública como um texto de mídia – apresentação e discussão

UNIDADE 3:

PUBLICIDADE – O PROCESSO CRIATIVO

► **DURAÇÃO:** 3 horas

PRINCIPAIS TÓPICOS

- Publicidade e patrocínio – locais, mensagens e público
- Avaliação de reivindicações e apelos na publicidade
- Análise do *design* e da produção de anúncios
- Inserção de produtos em programas

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Após completar esta unidade, os professores estarão em condições de realizar as seguintes atividades:

- analisar o processo publicitário como um meio de comunicar informações;
- explorar o desenvolvimento de conceitos em publicidade, incluindo estratégias técnicas e criativas;
- desconstruir os elementos centrais de um anúncio e seu apelo emocional;
- avaliar o impacto de mensagens publicitárias sobre públicos-alvo específicos;
- explicar como o conceito de públicos ativos se aplica à publicidade ou, mais especificamente, como os públicos negociam o significado (ou seja, como explicamos o sucesso de alguns anúncios e o fracasso de outros);
- identificar as tendências mais recentes em publicidade;
- identificar a colocação de produtos em programas como publicidade indireta (mistura de conteúdos editoriais e comerciais).

115

ABORDAGENS E ATIVIDADES PEDAGÓGICAS

- Faça um *tour* imaginário em sua escola/*campus* e vizinhança. Identifique os tipos de publicidades, anúncios de utilidade pública (AUP), promoções e patrocínios existentes. Apresente uma breve descrição de cada exemplo de publicidade/AUP/patrocínio. Descreva a mensagem e a imagem criada por meio de cada exemplo e avalie sua eficácia em transmitir as informações necessárias. Identifique a fonte de cada exemplo (ou seja, quem o criou e quem se beneficia ou lucra com ele).
 - Explique por que empresas e instituições podem querer ter seus nomes, produtos e logomarcas presentes no anúncio. Explique como esses patrocínios e promoções diferem dos anúncios tradicionais.

- As comunidades frequentemente consideram se venderão ou não os direitos de nomear áreas, locais ou construções. Discuta os benefícios e as desvantagens dessas estratégias de publicidade para o anunciante, para a comunidade e para os indivíduos.
- Pesquise uma coleção de revistas, assista aos anúncios na televisão e visite alguns *sites* de grandes empresas na internet. Descreva as estratégias de publicidade utilizadas nos exemplos atuais. Selecione alguns anúncios e examine-os mais detidamente. Descreva a “personalidade” do produto exibido em cada anúncio e identifique as emoções que o anunciante procura evocar. Que promessas de soluções esse anúncio ou AUP oferece? O quão realistas são essas promessas? Que visões de felicidade ou sucesso estão sendo comunicadas?
 - Identifique as informações, as mensagens e os valores transmitidos em cada anúncio. Discuta a necessidade de uma distinção clara entre conteúdos editoriais e publicitários. Além disso, esses anúncios estão fazendo alguma reivindicação específica? Em que fatos estão amparadas essas reivindicações? Existe alguma informação mal direcionada ou obscura? A partir da sua análise, que recomendações você faria para o público desse anúncio? Em outras palavras, você aceitaria as informações apresentadas nesse anúncio? Por quê ou por que não? Você sugeriria alguma mudança para tornar as informações ou mensagens mais precisas ou completas? Explique e dê exemplos.
- Selecione um anúncio impresso e examine-o detalhadamente. Esse exercício requer que você considere os elementos de *design* usados no anúncio, as informações e a mensagem transmitidas e o público ao qual ele se direciona. Como os elementos de *design* (composição, ângulo, luz, cor, escolha das palavras etc.) dão sustentação à mensagem e à informação transmitida? Em outras palavras, como o formato reforça o conteúdo?
- Uma maneira de divulgar um produto consiste em colocá-lo em destaque dentro de um programa de rádio ou televisão, ou de um livro e, cada vez mais, também na internet, sem identificá-lo como um anúncio, de modo a satisfazer o fabricante do produto que patrocinou o programa (ou seja, que pagou inteiramente por ele ou financiou alguns dos seus gastos). Alguns órgãos reguladores permitem a colocação de produtos em programas, contanto que os espectadores sejam claramente informados no início e no final de cada programa. Selecione exemplos dessa prática: ela é devidamente identificada? Caso existam órgãos reguladores que tratam da colocação de produtos em programas no seu país, que ações podem ser realizadas pelos cidadãos? Qual é a mensagem transmitida sobre o produto em relação ao contexto? Que mensagens são transmitidas por meio de um produto, e pelo seu contexto? Uma alteração no contexto ou na colocação do produto poderia mudar sua imagem e sua mensagem?
 - Faça uma lista dos atores envolvidos na indústria publicitária. Isso deve envolver indivíduos e instituições/organizações. Descreva seus respectivos papéis. Considere qualquer anúncio audiovisual. Você acredita que o papel de cada um dos atores centrais listados está explicitamente refletido no anúncio? Como você acha que seu conhecimento sobre os envolvidos na criação e disseminação desse anúncio lhe ajudam a interagir melhor com ele ou avaliar sua utilidade em proporcionar as informações de que você necessita? Observação: nesse sentido, a série de documentários intitulada *The Persuaders* poderá ser interessante – veja uma descrição desse programa na lista de referências ao final deste módulo.

RECOMENDAÇÕES PARA AVALIAÇÃO

- Análise de anúncio – incluindo o apelo emocional, os componentes técnicos e de *design* e o público-alvo
- Contribuições e participação *online* sobre as mídias – reações à desconstrução de anúncios e ao trabalho de assisti-los

UNIDADE 4: A PUBLICIDADE E A ARENA POLÍTICA²⁷

► **DURAÇÃO:** 2 horas

PRINCIPAIS TÓPICOS

- Análise de propaganda política e eleitoral
- Avaliação de orientações para a propaganda política
- Avaliação dos órgãos reguladores para a propaganda eleitoral
- Regulações de mídia aplicáveis durante as eleições nacionais

117

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Após completar esta unidade, os professores estarão em condições de executar as seguintes atividades:

- avaliar a propaganda política e eleitoral;
- avaliar as orientações vigentes sobre propaganda política;
- analisar os apelos emocionais da propaganda política e eleitoral;
- recomendar estratégias para manter uma cidadania bem informada em relação ao uso de apelos emocionais na propaganda política;
- explicar o procedimento disponível aos cidadãos que desejem solicitar a ação de um órgão regulador durante uma eleição.

27 NT: No Brasil, costuma-se fazer a distinção entre publicidade (mensagens que têm como objetivo vender produtos e serviços) e propaganda (mensagens que têm como objetivo propagar valores e ideologias). Na prática, essa distinção é difícil de ser feita, já que o procedimento básico de uma campanha publicitária também é associar um valor a um produto ou serviço. Entretanto, no jargão técnico estabeleceram-se os termos *publicidade* para produtos e serviços e *propaganda* para a comunicação estratégica em eleições. Assim, na versão brasileira, traduzimos *election advertising* como *propaganda eleitoral*.

ABORDAGENS E ATIVIDADES PEDAGÓGICAS

- Selecione exemplos de propaganda política no seu país ou região. Se necessário, realize uma pesquisa em sua biblioteca local. Analise esses anúncios usando as orientações da Unidade 2. Considere os motivos pelos quais um cidadão médio estaria interessado em propaganda política. Avalie a eficácia de cada anúncio, considerando o propósito, as informações e a mensagem transmitida, além do público-alvo. Explique como o *design* e o formato dos anúncios são usados para reforçar o conteúdo.
- Analise diversos anúncios de uma mesma campanha política. Avalie a eficácia da campanha como um todo, considerando seu uso padronizado de elementos gráficos, imagens, *slogans* e mensagens.
- Utilizando a internet e/ou fontes bibliográficas, investigue os órgãos reguladores que existem para monitorar a propaganda política. Examine as orientações estabelecidas para monitorar a publicidade utilizada pelas candidaturas políticas durante as eleições. Avalie em que medida os anúncios selecionados atendem a essas orientações.²⁸
- Investigue como esses órgãos reguladores representam os interesses dos cidadãos. Examine o papel que os cidadãos podem desempenhar em garantir que a propaganda política seja verdadeira, justa e precisa. Delineie quaisquer sugestões que você queira fazer a um desses órgãos a respeito de propaganda política.
- Faça uma lista de regulações de mídia (estabelecidas pelo órgão nacional que regula as eleições) sobre a divulgação das eleições. Confira se existem orientações para a divulgação de pesquisas de opinião, a alocação de tempo de transmissão a diferentes partidos políticos nas emissoras nacionais, a transmissão dos resultados das eleições etc.
- O consultor em política Frank Luntz diz aos seus clientes políticos que “80% de nossa vida é emoção e apenas 20% é intelecto. Estou muito mais interessado em saber como você se sente do que em saber como você pensa”. Examine a propaganda política à luz desse comentário. Explique em que medida os anúncios políticos baseiam-se no apelo emocional. Examine a linguagem utilizada para *vender* um candidato e suas ideias ou iniciativas políticas. Avalie se a linguagem utilizada é precisa ou contém distorções.
- Considerando o uso do apelo emocional na propaganda política, estabeleça estratégias para manter uma cidadania bem informada.

TÓPICOS PARA CONSIDERAÇÃO FUTURA

- Patrocínio empresarial e comunitário (incluindo patrocínio e publicidade nas escolas)
- Participação de celebridades na publicidade
- Capitalismo consciente – conectado à participação de celebridades, ainda que o enfoque seja a promoção de iniciativas de mercado e do altruísmo estratégico de diversas empresas
- Psicodemografia e pesquisa de audiência

28 NT: No Brasil, as normas relativas à campanha eleitoral são divulgadas na forma de resoluções do Tribunal Superior Eleitoral. Para conhecer essas normas, visite o *site* disponível em: <<http://www.tse.jus.br>>.

FONTES DE INFORMAÇÃO PARA ESTE MÓDULO

Tenha em mente que a maior parte dessas fontes provém da América do Norte e pode não se adequar a outras partes do mundo. Os orientadores devem buscar e identificar materiais alternativos em nível local ou regional, a fim de oferecer exemplos mais relevantes aos seus alunos.²⁹

- *Adbusters*. Disponível em: <www.adbusters.org>. Oferece uma crítica da publicidade e da cultura popular; famoso por seus anúncios com endereço de IP mascarados (*spoof*).
- *Advertising Age*. Disponível em: <www.adage.com>. Uma publicação da indústria, incluindo custos de publicidade, relatórios sobre estratégias etc.
- *Ads of the World*. Disponível em: <<http://adsoftheworld.com/>>. Um arquivo de publicidade e fórum de discussão sobre o trabalho de publicidade no mundo todo.
- *The Persuaders – Frontline*. Disponível em: <www.pbs.org>. Este programa explora como as estratégias de *marketing* e publicidade passaram a influenciar não apenas aquilo que as pessoas compram, mas também a maneira como elas veem a si mesmas e ao mundo ao seu redor. Este documentário de 90 minutos baseia-se em uma série de especialistas e observadores do mundo da publicidade e do *marketing*. O programa pode ser visto, na íntegra, *online* em seis partes no *site* da PBS. Para este módulo, se possível, assista aos capítulos um e dois do programa *High Concept Campaign and Emotional Branding*.
- UNITED NATIONS IN SOUTH AFRICA. *Public service announcement on the effects of drugs*, 08 Mar. 2010. Disponível em: <<http://www.un.org.za/public-service-announcement-on-the-effects-of-drugs>>.
- UNODC. *Drug trafficking*. Disponível em: <<http://www.unodc.org/unodc/en/drug-trafficking/index.html>>.
- SALO PRODUCTIONS. *Public Services Announcements*. Disponível em: <<http://saloproductions.com/public-service-announcements/psa-samples.php>>.
- *The Merchants of Cool – Frontline*. Disponível em: <www.pbs.org>. Este documentário está disponível *online* e discute como os publicitários abordam os jovens como público-alvo.
- *Think Literacy, Media, Grades 7–10*, 2005. Disponível em: <<http://www.edu.gov.on.ca/eng/studentssuccess/thinkliteracy/library.html>>, uma fonte para criar anúncios de utilidade pública.
- *Rejected Online*. Disponível em: <<http://bestrejectedadvertising.com/html>>. Anúncios rejeitados pelos clientes com base em critérios estéticos, comerciais ou estratégicos. Também inclui os anúncios rejeitados e banidos, e os endereços de IP mascarados (*spoof*) e mais criticados.

29 O *site* Propagandas Antigas oferece um bom acervo da publicidade brasileira e está disponível em: <www.propagandasantigas.com>.



MÓDULO 6: NOVAS MÍDIAS E MÍDIAS TRADICIONAIS

120

CONTEXTO E JUSTIFICATIVA

Este módulo apresenta aos professores o papel que as novas tecnologias convergentes estão desempenhando no aumento da participação dos cidadãos na mudança social, econômica e política. Ele explica como as novas formas de mídias digitais e eletrônicas (notícias *online*, *blogs*, *wikipedia*, *YouTube*, aplicativos de redes sociais, *videogames* etc.) desenvolveram-se a partir das mídias tradicionais, e como elas estão permitindo um maior acesso à informação e ao conhecimento, à liberdade de expressão, à boa governança e à participação nos processos democráticos.

A coexistência entre as mídias impressas, de radiodifusão (rádio e televisão), a internet, os telefones celulares etc. também está permitindo que os conteúdos circulem por meio de diversas plataformas, ampliando o acesso à informação e criando uma cultura participativa na qual os cidadãos não apenas adquirem informações, mas participam ativamente de sua produção e distribuição. As novas tecnologias de informação e comunicação (TICs), por exemplo, têm aberto oportunidades para uma maior participação do público no compartilhamento de informações e conhecimentos, e estão estimulando as pessoas a engajarem-se ativamente no processo democrático, contribuindo para a abertura de um maior número de sociedades.

De fato, as novas mídias e as tecnologias convergentes estão criando novos espaços de autoexpressão e participação no discurso público no que se refere a um amplo leque de questões sociais, econômicas e políticas. As novas plataformas de mídia estão permitindo que os cidadãos engajem-se conscientemente no processo democrático de suas sociedades e estão ajudando a levar as notícias e as questões globais até as sociedades locais.

UNIDADES

1. Das mídias tradicionais às novas tecnologias de mídia
2. Usos das novas tecnologias de mídia na sociedade – comunicação de massa e comunicação digital
3. Usos das ferramentas interativas multimídia, incluindo os jogos digitais, nas salas de aula

UNIDADE 1: DAS MÍDIAS TRADICIONAIS ÀS NOVAS TECNOLOGIAS DE MÍDIA

► **DURAÇÃO:** 2 horas

PRINCIPAIS TÓPICOS

- Mudança e continuidade – uma breve história das mídias
- O que é a convergência das mídias?
- As mídias digitais como novas mídias
- Diferenças centrais entre as mídias tradicionais e as novas mídias

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Após completar esta unidade, os professores estarão em condições de executar estas atividades:

- explicar uma breve história das mídias;
- descrever como as novas tecnologias levaram à convergência entre as mídias tradicionais e as novas mídias;
- descrever as diferenças entre as mídias tradicionais e as novas mídias, e a forma como as novas mídias têm aprimorado a democracia participativa.

ABORDAGENS E ATIVIDADES PEDAGÓGICAS

- Um importante desenvolvimento com o crescimento das mídias digitais tem sido a mudança de um modelo tradicional de comunicação “de um para muitos”, característico das mídias impressas e de radiodifusão, para um modelo de comunicação de indivíduo para indivíduo (*peer to peer* ou *p2p*), facilitando a criação cooperativa e o compartilhamento de conteúdos. Como os conteúdos são digitalizados, eles se tornam acessíveis a partir um grande número de aparelhos, incluindo o rádio, a televisão, os computadores pessoais e, talvez principalmente, os telefones celulares, que estão emergindo como a plataforma dominante para o envio de todos os tipos de conteúdos. A digitalização da voz, da imagem, do som e das informações – conhecida como *convergência* – está criando novas oportunidades de interação.
 - Trabalhando em grupos, os estudantes devem pesquisar a evolução das mídias até o surgimento da internet, apontando como foi inicialmente utilizada e como tornou-se cada vez mais utilizada em sua sociedade. Eles devem avaliar seus aplicativos e seus benefícios para a educação, a sociedade civil e a governança. O resultado desse trabalho deve ser apresentado para discussão em sala de aula.
 - Os estudantes pesquisam em que medida as mídias digitais estão apresentando oportunidades de livre expressão na sua sociedade. Na pesquisa, devem prestar atenção às maneiras como as pessoas estão usando as novas mídias para sua autoexpressão. Da mesma forma, devem observar como as mídias tradicionais (jornais, rádio e televisão) estão aproximando-se das novas mídias (por exemplo, *sites* de notícias *online*)

com acesso multimídia) em suas sociedades. Os estudantes devem apresentar suas conclusões à classe usando o *PowerPoint* ou outras formas de apresentação.

- Os estudantes pesquisam em que medida as novas mídias estão desafiando as mídias tradicionais de notícias na sua sociedade; os diferentes tipos de mídias que as pessoas em sua sociedade estão usando para expressar suas próprias visões sobre os conteúdos importantes das notícias; e os usuários das diferentes plataformas de mídia, bem como as questões e os tópicos que estão discutindo. O resultado dessa pesquisa deve ser apresentado para discussão e debate em grupo.

— ATIVIDADES

- Escreva um breve ensaio sobre as principais diferenças entre as mídias tradicionais e as novas mídias, discutindo em que medida as diferenças são reais ou artificiais. Nesse ensaio, avalie as semelhanças e as diferenças entre as mídias tradicionais e as mídias eletrônicas ou digitais. Devem ser enfatizadas questões de responsabilidades editoriais, verificação e outros princípios jornalísticos.
- Uma característica das mídias tradicionais é ter seu conteúdo submetido a um processo editorial organizado que visa a autenticar os dados das notícias e atribuí-las a uma organização de mídia, e não a um indivíduo. Por sua vez, um jornalista cidadão *online* não precisa passar por esse processo. Nesse contexto, discuta as diferenças entre uma notícia de opinião produzida por um blogueiro e uma reportagem de uma versão *online* de um jornal.
- Investigue e produza um relatório sobre o quanto o conhecimento e a informação modificaram-se ou mantiveram-se inalterados com o surgimento das novas mídias e tecnologias na sociedade.
- Prepare um pequeno ensaio sobre como a emergência das novas mídias gerou impactos nas formas de interação das pessoas e como isso as beneficia. Pergunte também como as novas mídias estão influenciando as vidas sociais e acadêmicas dos professores, e quais são os desafios e as oportunidades para o aprimoramento do acesso universal às mídias digitais.

UNIDADE 2: USOS DAS NOVAS TECNOLOGIAS DE MÍDIA NA SOCIEDADE – COMUNICAÇÃO DE MASSA E DIGITAL

► **DURAÇÃO:** 2 horas

PRINCIPAIS TÓPICOS

- Novas mídias e interações sociais – redes sociais etc.
- As tecnologias de comunicação e o desenvolvimento
- Inter-relações entre mudanças na comunicação de massa como um resultado das novas tecnologias e mudanças nas instituições democráticas

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Após completar esta unidade, os professores estarão em condições de realizar as seguintes atividades:

- analisar os efeitos da comunicação digital sobre a vida social e política de uma sociedade;
- descrever o uso de uma ou duas formas de novas mídias para compartilhar conhecimentos e informações sobre uma questão atual na sociedade;
- avaliar o uso das novas mídias na comunicação de massa e o impacto das instituições e dos processos democráticos na sociedade.

ABORDAGENS E ATIVIDADES PEDAGÓGICAS

Pesquisa e discussão em sala de aula: os alunos realizam uma pesquisa em pequena escala para avaliar o impacto das tecnologias de comunicação digital sobre o desenvolvimento; isso deve incluir a aprendizagem sobre as plataformas de mídia utilizadas no seu país, e como as mídias apresentam seu país ao exterior. Os estudantes devem visitar o *site* oficial do seu país e discutir em grupos como o país está sendo projetado e como compara-se aos países vizinhos. Em seguida, devem listar outras características que gostariam de ver incluídas na imagem de seu país veiculada para o exterior. Deve ser feita uma discussão em sala de aula a respeito das constatações desse exercício.

Levantamento e apresentação em grupo: os alunos realizam um levantamento em pequena escala para investigar o impacto das comunicações tradicionais de massa e das novas mídias (por exemplo, rádios comunitárias; jornais particulares, regionais e nacionais; e a internet) sobre a participação do público em uma discussão social, econômica ou política. Poderiam, por exemplo, fazer o levantamento de tópicos como a educação sobre o HIV/Aids ou a justiça social para as minorias. Particularmente, pode ser interessante analisar o papel dos telefones celulares e dos aplicativos de redes sociais (por exemplo, o *Facebook* e o *Twitter*) como ferramentas para a mobilização de grupos. Em termos mais gerais, os estudantes podem discutir estas questões: quem são os proprietários das mídias? Quem cria as mensagens e qual é a mensagem central transmitida? Que públicos buscam alcançar e por que esses públicos estão sendo buscados? Quem são seus patrocinadores/investidores, e o que eles fazem de maneira diferente? Nesse sentido, quais são as diferenças entre as mídias tradicionais e as novas mídias?

Discussão em sala de aula: o orientador deve promover uma discussão geral na sala de aula sobre que novas mídias são predominantemente usadas no ambiente dos estudantes: internet, tecnologias celulares (por exemplo, SMS e aplicativos de *smartphones*), TV digital, rádio digital, jogos de computador / jogos *online* (por exemplo, jogos de realidade virtual, como SIMS). A discussão deve explorar as vantagens e as desvantagens dessas novas mídias. Antes dessa atividade, os estudantes devem realizar entrevistas, na medida do possível, tanto em comunidades rurais quanto urbanas, sobre o uso de telefones celulares. A partir dessas entrevistas, eles devem fazer uma apresentação à turma sobre como observam o impacto dos telefones celulares na vida social, econômica e política dos usuários.

— ATIVIDADES

- Realize um levantamento em pequena escala sobre como as novas mídias e as novas tecnologias de mídia estão mudando a forma como as pessoas comunicam-se em sua sociedade, e como isso modifica a maneira como as pessoas interagem, trocam informações e informam-se para tomar suas decisões.
- Realize um estudo de caso analisando como as mídias tradicionais e as novas tecnologias são usadas para a comunicação em massa e como estão influenciando a vida cotidiana, os valores e as opiniões do público. Por exemplo, como a tecnologia de telefones celulares ajudou a preencher o hiato comunicativo entre os ricos e os pobres na sociedade? Explore como as comunicações digitais estão mudando a maneira como as pessoas interagem, compartilham conhecimentos e trocam informações em sua sociedade.
- Desenvolva uma estratégia de uso de um *site* de rede social para promover a interação sobre um tópico específico que você deseja ensinar. Quais são os riscos e os desafios que os professores costumam enfrentar ao usar as redes sociais para propósitos educacionais? Identifique os riscos e sugira maneiras de reduzir seu impacto.
- A governança eletrônica (*e-governance*) envolve as novas formas de governança e as formas de governança em desenvolvimento, nas quais as TICs cumprem um papel central. O uso das TICs tem influenciado a governança de algumas maneiras: (1) a democracia eletrônica (*e-democracy*), que é a facilitação da participação por meio de um melhor acesso à informação e ao conhecimento, formando a base da capacidade de tomar decisões; (2) os serviços eletrônicos (*e-services*), que estão automatizando tarefas monótonas, como o preenchimento de declarações de imposto de renda, o gerenciamento dos investimentos pessoais etc.; e (3) a administração pública eletrônica (*e-administration*), ou seja, o aprimoramento de processos governamentais e dos procedimentos internos do setor público por meio de novos processos de informação executados por TICs. Assim, as TICs podem ser uma maneira bastante útil de aprimorar o processo de governança. A governança eletrônica e o governo eletrônico são noções relacionadas, porém com uma pequena diferença. Este refere-se aos sistemas pelos quais os processos do governo são automatizados, enquanto aquela diz respeito ao processo pelo qual eles se tornam abertos e inclusivos ao público (UNESCO, 2007).
 - Os professores devem usar a internet para pesquisar em que medida a governança eletrônica existe no seu país. Devem selecionar dois exemplos como evidências de que essas atividades existem e indicar como estiveram envolvidos ou foram consultados ao longo das atividades. Os cidadãos em geral foram consultados? Discuta a efetividade desses projetos de governança eletrônica. Quais são seus benefícios e desvantagens? Realize uma pesquisa básica sobre projetos semelhantes em relação à governança local na sua região ou internacionalmente. Que tipo de projeto de governança eletrônica você recomendaria ao seu governo local? Por quê?
- O acesso às TICs ou às novas tecnologias é igualmente importante para o empoderamento de homens, mulheres, deficientes e outros grupos marginalizados, como populações étnicas e autóctones, bem como de pessoas que vivem em comunidades isoladas.
 - Valendo-se de fontes locais ou internacionais, realize uma pesquisa sobre o acesso de mulheres, deficientes e pessoas de comunidades isoladas às TICs ou às novas tecnologias. As mulheres têm o mesmo acesso que os homens? Em que medida as pessoas com deficiência ou pessoas de comunidades isoladas têm acesso? Quais são as implicações? O que deve ser feito se certos grupos estiverem excluídos do acesso às novas tecnologias? Se essas informações não estiverem disponíveis sobre seu país ou sua região, procure descobrir o porquê. Quais organizações deveriam se preocupar com a ausência de tais dados? O que pode ser feito a respeito disso?

UNIDADE 3: USOS DAS FERRAMENTAS INTERATIVAS MULTIMÍDIA, INCLUINDO OS JOGOS DIGITAIS, NAS SALAS DE AULA

► **DURAÇÃO:** 3 horas

PRINCIPAIS TÓPICOS

- Ferramentas interativas multimídia, recursos educacionais abertos e tipos de soluções de programas eletrônicos para o aprimoramento da educação
- Ferramentas interativas multimídia/jogos digitais na criação de ambientes propícios à aprendizagem
- Os jogos como uma ferramenta de conscientização e promoção de questões globais
- Jogos educacionais *versus* jogos de entretenimento

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Após completar esta unidade, os professores estarão em condições de executar as atividades listadas abaixo:

- identificar o valor das ferramentas interativas multimídia, incluindo *sites* interativos, apresentações, discussões *online*, *blogs*, *wikis*, *wikibooks*, *e-books*, arquivos digitais de áudio (*podcasting*), de vídeo (*videocasting*), fluxos de vídeos (*vodcasting*) e jogos no ensino e na aprendizagem;
- desenvolver habilidades sociais, intelectuais e *espaciotemporais* usando ferramentas interativas multimídia, especialmente jogos;
- aplicar ferramentas interativas multimídia, especialmente jogos digitais, ao ensino e à aprendizagem;
- utilizar jogos/ferramentas interativas multimídia de baixa e alta tecnologia para apresentar as noções de disciplinas acadêmicas (por exemplo, matemática, ciências, estudos sociais etc.);
- analisar diferentes ferramentas interativas multimídia desenvolvidas por meio de programas livres e de código aberto, ou licenciados, e avaliar suas implicações e seu impacto sobre o ensino e a aprendizagem;
- avaliar o impacto e as oportunidades proporcionadas por recursos educacionais abertos em processos de ensino e aprendizagem.

ABORDAGENS E ATIVIDADES PEDAGÓGICAS

Ferramentas interativas multimídia: pense sobre a área de sua disciplina. Utilizando qualquer mecanismo de busca, identifique e liste as ferramentas interativas multimídia, incluindo os jogos digitais, que possam ser usados no ensino de tópico(s) específico(s) a um grupo de professores. Você deve identificar algumas dessas ferramentas. Priorize-as em

termos de sua utilidade para suas necessidades específicas. Que critérios você utilizou? Pesquise os critérios usados pelos especialistas em ferramentas multimídia aplicadas à educação. Em seguida, compare seus critérios com os critérios dos especialistas. Quais são suas observações? Você concorda com os critérios dos especialistas?

Em sua lista de ferramentas interativas multimídia, você consegue identificar as ferramentas que podem alterar e facilitar significativamente a cooperação e a discussão no processo de ensino e aprendizagem? Por que você escolheu essas ferramentas? Em sua opinião, como as tecnologias de multimídia permitirão que alunos e professores interajam com a informação de forma inovadora, modifiquem conteúdos e criem seu próprio conhecimento?

Jogos online³⁰: jogue qualquer jogo de simulação humanitária *online*, por exemplo, *Peacemaker*, *Food Force* ou *Darfur is Dying*. Como um jogo de computador pode lhe ajudar a pensar criativamente sobre questões globais? Quais são os resultados de aprendizagem a partir desses jogos? Se houver acesso limitado ou se não houver acesso à internet na instituição educacional, os professores devem ser estimulados a acessar os materiais a partir de outras fontes públicas de internet. Onde o acesso à internet for severamente limitado, o professor pode procurar jogos em CD-ROM ou DVD, ou pode usar jogos pré-instalados nos computadores. Os professores em formação devem ser estimulados a executar as seguintes atividades:

- realizar estudos de caso sobre jogos eletrônicos em disciplinas específicas (por exemplo, linguagem, matemática, geografia etc.) e conduzir o uso de um ou dois jogos em um contexto específico de aprendizagem. Escreva um relato sobre o uso desse jogo e como ele ajudou a alcançar os objetivos da atividade;
- desenvolver um plano de aula utilizando um jogo eletrônico como parte do trabalho de ensino e aprendizagem, para aumentar a consciência sobre questões globais, como a fome, os conflitos e a paz. Após essa atividade, escreva um breve relato sobre como os professores responderam às questões, apontando as perguntas que fizeram e como os jogos ajudaram a abordá-las.

Recursos Educacionais Abertos (REAs): os Recursos Educacionais Abertos são materiais e ferramentas de aprendizagem – incluindo cursos, módulos, materiais didáticos, livros-texto, vídeos, testes, programas e quaisquer outros materiais (interativos ou não interativos) ou técnicas – usadas para amparar o acesso aberto ao conhecimento, lançados com uma licença de uso aberto permitindo utilização, reutilização e adaptação às necessidades de um dado grupo de usuários (aprendizes, orientadores de futuros orientadores, facilitadores etc.). Os professores em formação devem ser estimulados a executar as atividades abaixo:

- identificar diversos *sites* da internet que proporcionam acesso a recursos educacionais abertos;
- identificar os requerimentos e critérios para que os recursos educacionais sejam usados como REAs;
- analisar como os REAs são criados, usados, distribuídos e adaptados a ambientes e necessidades específicas de ensino e aprendizagem;
- analisar como, por exemplo, os jogos digitais podem tornar-se REAs e entender que necessidades precisam ser atendidas para cumprir com os requisitos dos REAs, incluindo as leis de direitos autorais.

30 Disponível em: <www.darfurisdying.com; www.food-force.com; www.peacemakergame.com>.

Pesquisa em biblioteca e discussão em sala de aula: os professores em formação devem identificar, analisar e criticar uma série de técnicas usadas em jogos eletrônicos com os quais eles sejam familiarizados. Contraste os jogos eletrônicos com jogos tradicionais ou culturais específicos em relação a seu valor educacional e a suas limitações. Os professores em formação devem apresentar suas constatações por meio de apresentações de *PowerPoint*, ou devem utilizar tabelas para apresentar seus resultados.

Discussão em sala de aula: redija um plano de aula e um conjunto de atividades de ensino, incluindo ferramentas interativas multimídia simples ou jogos digitais no processo de ensino e aprendizagem. Os professores em formação devem analisar os prós e os contras da integração de jogos digitais nas práticas educacionais. Um grupo deve apresentar as vantagens, e outro grupo, os desafios e as desvantagens do uso de jogos digitais no processo de ensino e aprendizagem.

FONTES DE INFORMAÇÃO PARA ESTE MÓDULO

Observação: os exemplos abaixo referem-se aos EUA e foram incluídos apenas com propósitos ilustrativos. Espera-se que os orientadores identifiquem fontes locais e regionais semelhantes sempre que possível.

- *Youth Protection*. Disponível em: <www.yprt.eu>. Pacote de fontes.
- LENHART, A. It's Personal: similarities and differences in online social network Use between teens and adults. In: INTERNATIONAL COMMUNICATIONS ASSOCIATION ANNUAL MEETING, May, 2009. *Proceedings...* [S.l.]: ICA, 2009. Disponível em: <www.pewInternet.org/Presentations/2009/19-Similarities-and-Differences-inOnline-Social-Network-Use.aspx>.
- MADDEN, M. Eating, Thinking and Staying Active with New Media: health, education, teens, families, web 2.0. In: NATIONAL INSTITUTE OF CHILD HEALTH AND HUMAN DEVELOPMENT ANNUAL MEETING, Jun. 2009. *Proceedings...* NICHHD, 2009. Disponível em: <www.pewInternet.org/Presentations/2009/15-Eating-Thinking-and-Staying-Active-with-New-Media.aspx>.



MÓDULO 7:

OPORTUNIDADES E DESAFIOS DA INTERNET

128

CONTEXTO E JUSTIFICATIVA

A participação na sociedade da informação é essencial para os cidadãos de todas as faixas etárias. A internet proporciona grandes oportunidades de aprimoramento de vida a todos os usuários. Ela possui efeitos positivos sobre a educação, o mundo do trabalho e o crescimento econômico. Com as facilidades de digitalização e armazenamento de informações, além da acessibilidade por meio de um amplo leque de equipamentos, a internet aumentou enormemente as fontes de informação disponíveis às pessoas. As crianças e os jovens frequentemente têm um bom conhecimento sobre seus aplicativos e podem beneficiar-se muito de seu uso, mas eles também estão vulneráveis. Há riscos e ameaças que acompanham esse desenvolvimento positivo, frequentemente em paralelo aos riscos e às ameaças que já existem no mundo *offline*.

Tomar providências para proteger os mais jovens é algo que pode ajudar a enfrentar esse problema. Porém, por mais que essas medidas sejam úteis, as estratégias de proteção não têm sido eficazes em permitir que os jovens utilizem a internet com responsabilidade. A melhor maneira de ajudá-los a ficar imunes aos perigos é empoderá-los e educá-los no sentido de evitar ou administrar os riscos relacionados ao uso da internet. As tecnologias podem desempenhar um papel útil de apoio nessa área, especialmente em relação às crianças e aos jovens.

UNIDADES

1. Os jovens no mundo virtual
2. Desafios e riscos no mundo virtual

UNIDADE 1: OS JOVENS NO MUNDO VIRTUAL

► **DURAÇÃO:** 3 horas

PRINCIPAIS TÓPICOS

- A *Web 2.0* e o mundo virtual
- O uso da internet e os hábitos *online* de crianças e jovens
- Convenções internacionais e outros instrumentos relacionados aos direitos das crianças

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Após completar esta unidade, os professores estarão em condições de realizar as seguintes atividades:

- entender os padrões e interesses de uso da internet pelos jovens;
- descrever termos e condições gerais, códigos de conduta e regulações de privacidade relacionadas ao uso da internet;
- desenvolver sua capacidade de utilizar métodos educacionais e ferramentas básicas para ajudar os jovens a utilizar a internet de maneira responsável – e torná-los conscientes das oportunidades, dos desafios e dos riscos relacionados.

ABORDAGENS E ATIVIDADES PEDAGÓGICAS

A *Web 2.0* é uma abreviação usada para referir-se aos aspectos da internet que facilitam a interação e os conteúdos gerados pelos usuários (como os aplicativos de telefone celular).

Esta unidade pode ser ensinada a partir de fontes de informação que você pode encontrar *online*, como os vídeos de domínio público sobre a internet, suas características em expansão e seu impacto na sociedade. Ou então você pode preparar uma breve apresentação de *PowerPoint* sobre a *Web 2.0*. Ela deve incluir tantos elementos quanto possível a respeito do mundo virtual. Organize discussões em pequenos grupos sobre esses elementos centrais. Peça a cada grupo para preparar e fazer uma rápida apresentação sobre os benefícios da *Web 2.0*.

- Pergunte aos professores se eles participam de redes de relacionamento social e/ou utilizam a internet e, em caso positivo, com que frequência. Peça a eles para navegar na internet, criar um perfil, visitar outros perfis, fazer o *upload* e o *download* de conteúdos a partir de plataformas da internet (por exemplo, a *Wikipedia*) e participar de salas de bate papo, colaboração *online*, *blogs* e *Twitter*. Uma discussão com os professores em formação após essa atividade deve focar os benefícios educacionais e o uso

responsável da internet, além de seus desafios e riscos. Escreva e discuta algumas das suas preocupações pessoais a respeito do uso da internet.

- Os professores em formação, trabalhando em grupos, planejam e utilizam uma base *wiki* para compartilhar informações sobre um aspecto da prática ou da política educacional. Nessa tarefa, é preciso tempo suficiente para que haja um engajamento efetivo (por exemplo, ao longo de um período). Orientadores e orientandos devem desenvolver critérios para avaliar a eficácia da base *wiki*, sua adequação e impacto sobre os professores participantes.
- Peça aos professores para organizarem-se em pequenos grupos. Cada grupo deve discutir e listar pelo menos cinco atividades principais que eles acreditam serem usadas ativamente pelos jovens na internet. Peça para eles listarem a importância dessas atividades valendo-se de uma escala de um a cinco. Cada grupo deve apresentar os resultados de suas discussões, explicando como fez para se organizar, que influências teve em seu trabalho e que decisões foram tomadas. Em seguida, o professor orientador deve apresentar as estatísticas atuais (previamente preparadas para essa seção com base nas fontes existentes) sobre o uso da internet pelas crianças, caso esses dados estejam disponíveis³¹. Compare os resultados do trabalho do grupo com as estatísticas reais e discuta. Houve surpresas? Existem estatísticas sobre o uso da internet especificamente sobre sua região ou seu país? Se não houver, quais são as implicações desse fato? Discuta o que pode ser feito em relação à ausência dessas estatísticas.
- Discuta em que medida os jovens utilizam a internet para propósitos educacionais, assistindo notícias, participando dos processos políticos do seu país, aprendendo mais sobre as pessoas de outras culturas, interagindo com elas etc. Existem índices elevados desses tipos de uso? O que pode ser feito para motivar os jovens a usar a internet de maneira positiva? Peça para os professores (em pequenos grupos ou individualmente) prepararem uma breve aula relacionada à sua área de conhecimentos, integrando nela o uso da internet. A aula deve demonstrar não apenas como seus objetivos podem ser alcançados pelo uso da internet, mas também como o professor pode motivar os alunos usando a tecnologia.
- Discuta com os professores os termos e as condições gerais, códigos de conduta e regulações de privacidade de diferentes aplicativos da internet. Em seguida, encoraje-os a desenvolver um código modelo de conduta enfocando o uso da internet por crianças e jovens.
- Analise a conduta *online* das crianças e seus perfis: trabalhando em grupos, os professores em formação devem investigar o uso da internet por crianças e adolescentes de seis a 17 anos. Os relatórios dos grupos devem destacar em que medida a internet é usada e como as crianças a estão usando, comparando isso com o conhecimento que os pais têm sobre a internet e como eles a estão usando. Que oportunidades e desafios a internet apresenta às crianças e aos pais?
- Organize uma discussão envolvendo uma cláusula da Declaração dos Direitos Humanos, da Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos da Criança ou de outros instrumentos jurídicos desse tipo no seu país ou região³². Essa cláusula deve ter alguma ligação com o uso da internet e os jovens – o direito à informação, a livre expressão, a proteção de menores ou o papel dos pais, do governo e da sociedade civil. Discuta essas questões individualmente e considere como elas estão interligadas. A liberdade

31 NT: O Comitê Gestor da Internet no Brasil publicou, em 2009, um estudo sobre o perfil de uso da internet pelas crianças brasileiras. Veja em: <<http://www.cgi.br/publicacoes/index.htm>>.

32 NT: Referências para essa discussão podem ser encontradas no site do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda), disponível em: <www.direitoshumanos.gov.br/clientes/sedh/sedh/conselho/conanda>.

de expressão e o direito de acesso à informação entram em conflito com a necessidade de proteção? Ambos são mesmo necessários? A liberdade de expressão e o direito de acesso à informação deveriam ser sacrificados pela necessidade de proteção? Por quê ou por que não? Meninos e meninas deveriam ter acesso igual à informação, à internet e às novas tecnologias? O que está acontecendo na sua região? Como essa realidade pode ser abordada? Peça para os professores criarem um pequeno poema sobre certas liberdades e direitos e sobre a necessidade de proteção dos mais jovens.

UNIDADE 2: DESAFIOS E RISCOS NO MUNDO VIRTUAL

► **DURAÇÃO:** 3 horas

PRINCIPAIS TÓPICOS

- A compreensão dos desafios e riscos relacionados ao uso da internet
- O empoderamento e o uso responsável da internet
- Privacidade e segurança

131

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Após completar esta unidade, os professores estarão em condições de realizar as seguintes atividades:

- listar e descrever os desafios e riscos relacionados ao uso da internet e onde acontecem com maior probabilidade;
- desenvolver conhecimentos sobre riscos e desafios que possam acompanhar os aplicativos recém-desenvolvidos para a internet;
- entender as interdependências envolvendo o comportamento dos usuários e a probabilidade de eles tornarem-se vítimas de perpetradores;
- aplicar esses conhecimentos de modo a permitir que os professores utilizem a internet de maneira mais responsável.

Desafios e riscos relacionados ao conteúdo *online*.

Adaptado do “Youth Protection Roundtable Tool Kit”, publicado por Stiftung Digitale Chancen, em 2009.

Conteúdo impróprio por faixa etária: a internet oferece uma gama de conteúdos para todos os tipos de usuários. Encontram-se os principais interesses da maioria, bem como os interesses de grupos específicos. Mesmo assim, nem todos os conteúdos devem estar acessíveis para crianças e jovens. Por isso, é preciso decidir cuidadosamente quais conteúdos são apropriados para quais grupos etários. Deve-se dedicar atenção especial aos conteúdos que não são ilegais em geral, mas podem prejudicar os jovens usuários. Conteúdos impróprios, como no caso da pornografia adulta, podem prejudicar as crianças mais novas se elas forem intencionalmente expostas a eles. O risco de deparar-se com conteúdos impróprios para faixas etárias pode resultar tanto da própria conduta dos usuários que os buscam deliberadamente, mas também do fato de terem sido encontrados por acaso, sem intenção. Os conteúdos que não são apropriados para todos os grupos etários podem ser disponibilizados por razões comerciais, mas também intencionalmente pelos próprios usuários. Os primeiros podem ser restringidos a grupos reservados de usuários, enquanto que os conteúdos gerados pelos usuários estão, em sua maioria, disponíveis publicamente e, por isso, necessitam de atenção especial. Como, nos dias de hoje, muitas crianças e jovens possuem telefones celulares com aplicativos multimídia e acesso à internet, deve-se considerar que eles podem acessar conteúdos impróprios para sua idade independentemente, sem orientação de um adulto. Os aparelhos celulares também permitem que as crianças produzam seus próprios conteúdos em qualquer momento, contribuindo assim com o aumento do volume de conteúdos produzidos pelos usuários.

Conteúdos ilegais (por exemplo, racismo e pornografia infantil): o tipo de conteúdo classificado como ilegal depende basicamente das leis nacionais, ainda que alguns tipos de conteúdos sejam proibidos na maioria dos países. Apesar disso, os conteúdos ilegais estão disponíveis e podem ser acessados acidental ou deliberadamente por crianças e jovens. Deve-se também prestar atenção à possibilidade de crianças e jovens serem vítimas de conteúdos ilegais, por exemplo, por meio do registro e da exibição de imagens ou vídeos de abusos infantis.

Falta de verificação de conteúdo: como os conteúdos disponíveis pela internet não são frequentemente verificados por uma fonte independente, é importante que os jovens aprendam a lê-los com olhar crítico e a não aceitarem tudo o que é dito de maneira irrefletida. Os conteúdos gerados pelos usuários, típicos do ambiente da *Web 2.0*, podem frequentemente ser parciais, tendenciosos ou imprecisos. Os jovens usuários precisam estar atentos para os perigos de simplesmente acreditar em tudo o que leem *online*.

Incitação a prejudicar-se: existem muitos *sites* na internet que incitam seus usuários a prejudicarem a si mesmos (por exemplo, *sites* promovendo o suicídio, a anorexia ou o sectarismo). Com a *Web 2.0* e o crescente número de possibilidades de publicação de conteúdos gerados pelos próprios usuários, o risco de exposição a conteúdos que incitam atitudes autodestrutivas está aumentando. Particularmente as crianças e os jovens, muitas vezes, não estão conseguindo avaliar de maneira realista os riscos de seguir as orientações publicadas nesses *sites*.

Violações de direitos humanos/difamação: com o anonimato da internet, pode-se facilmente divulgar propagandas contra certos grupos populacionais ou indivíduos. Além disso, pode-se supor que há pessoas que agem diferentemente *online* quando não precisam enfrentar a presença do outro ou de suas vítimas diretamente, não precisando portanto confrontarem-se com as consequências de sua conduta. Assim, o risco de violação de direitos humanos e de uma pessoa tornar-se vítima de difamações é muito maior *online* do que na vida real. Da mesma forma, há conteúdos difamatórios que podem ser prejudiciais às crianças e aos jovens, influenciando suas opiniões com informações mal intencionadas.

Anúncios impróprios e publicidade para crianças: anúncios impróprios referem-se aos riscos de recebimento ou exposição à divulgação de produtos e/ou serviços que sejam impróprios para crianças, como cirurgias estéticas. Quanto mais os usuários compartilharem informações privadas (por exemplo, nome, idade ou gênero), mais sujeitos eles estarão a receber anúncios ou avisos de participação em loterias. Como normalmente as crianças não têm consciência dos perigos de digitar seus nomes em campos ou caixas de texto na internet, elas correm um sério risco. Considerando a alta popularidade dos telefones celulares entre as crianças e os jovens, deve-se também prestar atenção a esse canal adicional no que tange à disseminação de anúncios.

Privacidade: uma vez publicados na internet, os conteúdos podem espalhar-se rapidamente em todo o mundo e permanecer na rede por tempo indeterminado. Os usuários, especialmente as crianças e os jovens, muitas vezes não sabem das consequências de curto e longo prazo da publicação de textos e imagens que eles não querem que estejam mais tarde publicamente disponíveis. Os dados armazenados em um servidor ou em uma plataforma podem ser facilmente acessados pelos outros, e as pessoas podem não ter noção do quão desprotegidas estão suas informações pessoais. Ao utilizar a internet, é preciso estar completamente consciente do ambiente em que se está trabalhando.

Violações de direitos autorais: a violação de direitos autorais é um risco ligado principalmente à conduta dos próprios usuários. Independentemente de um direito autoral ser violado de maneira deliberada ou acidental, a violação é vista como uma fraude pelo detentor do direito, e isso gera riscos de punições para quem cometeu tal violação.

Riscos ligados ao contato *online*

Adaptado de “Youth Protection Roundtable Tool Kit”, publicado por Stiftung Digitale Chancen, 2009.

Recomendações perniciosas: fóruns, *blogs* e outras áreas de relacionamento na internet proporcionam plataformas para o intercâmbio de informações e recomendações entre os usuários. Isso pode tornar-se uma ajuda valiosa, mas também pode facilitar o contato com pessoas suspeitas ou até mesmo perigosas. O risco de recebimento de recomendações perniciosas, em particular para as crianças e os jovens, é mais intenso nas plataformas de redes sociais ou outros aplicativos da *Web 2.0* que nos *sites* regulares.

Roubo de identidade: é a apropriação e o uso da identidade eletrônica de outras pessoas (por exemplo, nome de usuário e senha) com a intenção de cometer fraudes comerciais e de outra natureza, e de beneficiar-se delas. O roubo de identidade é um risco crescente à medida que o número de identidades virtuais aumenta com o número de pessoas *online* e, em especial, com o aumento no uso de serviços personalizados.

Roubo de dinheiro/*phishing*: o termo *phishing* refere-se ao processo de capturar detalhes bancários, principalmente os números de identificação pessoal (PINs) e os números de autenticação de transação (TANs), com a intenção de violar as contas bancárias das pessoas. Os jovens têm uma propensão menor de reconhecer um *site* falso e, por isso, correm maior risco de fornecer seus dados bancários.

Fraude comercial: uma fraude comercial acontece quando um vendedor finge vender bens ou serviços que, após o pagamento, terminam não tendo as características prometidas ou sequer são enviados ou prestados. Ela também pode resultar do roubo de identidades e da fraude de *phishing*. Outra fonte de fraude comercial pode ser a venda de serviços digitais (por exemplo, um toque de celular) por um preço abusivo e injusto, frequentemente casada a uma assinatura um serviço que o comprador não tinha em vista. Na maioria dos casos, os usuários (e, em particular, os jovens e as crianças) não estão conscientes das consequências de tais contratos acordados *online*.

Pedofilia: refere-se à prática de pedófilos de usar a internet como uma maneira de contatar crianças e jovens sem que seja necessário revelar suas identidades adultas. Eles frequentemente constroem sua estratégia aproveitando-se da vontade que as crianças têm de fazer amigos e estar próximas dos outros. Todas as áreas da internet que oferecem plataformas de contato e intercâmbio pessoal podem tornar-se bases para uma aproximação pedófila. Como foi mencionado acima, o telefone celular (como um mecanismo adicional para contatar as pessoas e acessar as redes sociais) deve ser levado fortemente em consideração neste caso, especialmente devido ao fato de que as crianças veem seus telefones celulares como uma parte específica de suas vidas privadas e estão normalmente sozinhas ao usá-los. Assim, com o aumento das tecnologias de comunicação celular e das redes sociais, o risco de tornar-se vítima de pedofilia e de aceitar um convite perigoso tornou-se muito mais acentuado.

Bullying: diversos tipos de *bullying* (intimidação) parecem ser sempre parte da vida das pessoas. Essa atitude é certamente simplificada pela internet, em função do anonimato proporcionado pelo meio. As crianças e os jovens em particular correm o risco de ser tanto as vítimas quanto os ofensores. Assim, o *bullying* está relacionado à própria conduta de cada pessoa, bem como à conduta dos outros. A publicação de conteúdos, como imagens difamatórias, pode ser considerada um tipo de *bullying*, mas o fenômeno está principalmente relacionado ao contato *online*. Como já foi mencionado, os telefones celulares multifuncionais são frequentemente usados para tirar fotografias com intenção de intimidar e fazer *uploads* das imagens na internet ou enviá-las por meio de mensagens multimídia (na sigla em inglês, *MMS*) a outras pessoas. Como muitas crianças e jovens têm um telefone celular equipado com uma câmera digital, o fenômeno do *bullying* torna-se mais fácil.

A publicação de informações particulares: ao montar um perfil em uma plataforma de rede social, os usuários são convidados a revelar informações particulares ao se apresentarem para a comunidade. Também nas salas e fóruns de bate papo, os usuários podem revelar dados particulares uns aos outros, como seu endereço ou número de telefone. Os jovens, em particular, têm menos habilidade em prever as consequências da publicação de seus dados particulares. Eles frequentemente não têm consciência de que uma sala de bate papo *online* não é uma área particular, e sim uma área pública.

A extrapolação de perfil (*profiling*): com o crescente número de perfis que uma pessoa pode publicar em diferentes plataformas, aumenta o risco de que os dados pessoais publicados em uma plataforma sejam agregados aos dados publicados em outras plataformas ou repassados a outros lugares (por exemplo, em estatísticas ou rifas). Assim, os perfis são criados possibilitando o envio de conteúdos, serviços e anúncios indesejados às pessoas. A extrapolação pode ser feita a partir de um *site* em que os dados pessoais são mostrados publicamente, mas uma prática ainda mais perigosa ocorre quando os perfis dos usuários (ou seus perfis parciais) são obtidos a partir de uma base de dados que está por trás do *site* e vendidos pelo provedor da plataforma a terceiros.

- É importante entender o que significa um conteúdo nocivo *online*. As leis internacionais de direitos humanos especificam algumas restrições aceitáveis sobre a liberdade de expressão – em particular quando a liberdade de discurso entra em conflito com outros direitos. Os exemplos de questões que podem ser restringidas incluem o incitamento à violência ou à hostilidade racial, imagens sexuais envolvendo crianças e difamação.

Em cada caso, o direito internacional estipula que as restrições sejam cuidadosamente detalhadas e supervisionadas pelas cortes.

- Peça que os professores compartilhem quaisquer experiências que um deles ou um de seus amigos tenha tido com um dos desafios acima delineados. Como lidou com esse desafio? Qual foi o resultado final? Quais foram as lições aprendidas?
- Considere, por exemplo, o roubo de identidade, o roubo monetário / fraude eletrônica (*phishing*), a violação de direitos humanos, a difamação ou qualquer outro abuso na internet. Faça uma pesquisa ou use as fontes disponíveis no Currículo de Alfabetização Midiática e Informacional para Formação de Professores, identificando e listando os passos a serem dados e as características exatas que os professores devem buscar para reconhecer pedidos fraudulentos de informação *online*, *sites* fraudulentos e conteúdos que infringem os direitos humanos. Quais são alguns dos benefícios do acesso bancário e do comércio eletrônico? As fontes utilizadas para essa atividade devem ser práticas e representar casos reais, tanto quanto possível. Os professores podem realizar esta atividade para todos os riscos listados acima.
- Faça uma busca *online* sobre o acervo de informações médicas (ou sobre alguma outra categoria) disponível na internet. Os *sites* de informações médicas conseguem lhe ajudar a diagnosticar possíveis problemas de saúde? É seguro tomar decisões relativas à sua saúde a partir de aconselhamentos obtidos na internet? Liste e discuta as principais maneiras de determinar a autenticidade e a autoridade de um *site* médico.
- Se você participa de uma rede social, faça uma busca do seu nome no Google. Quantas informações pessoais estão disponíveis a seu respeito no domínio público? Você ainda consegue encontrar informações que você já deletou da sua rede social? Quais dos riscos mencionados acima se aplicam ao seu caso?
- Retire um excerto da Declaração de Direitos e Responsabilidades do *Facebook*³³, artigo 2.7 “Compartilhamento dos seus conteúdos e informações” (ou de qualquer outra rede social ou, até mesmo, de programas que tenham vindo com seu computador). Em pequenos grupos, analise se o excerto selecionado pode ter um efeito sobre a privacidade e possivelmente a segurança de uma pessoa. Como os usuários podem controlar os conteúdos postados sobre si mesmos *online*? Analise e discuta quem detém o direito autoral de certos tipos de conteúdos (fotos, vídeos etc.) postados nas redes sociais ou na internet.
- Analise a Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos da Criança (disponível em: <<http://www.unicef.org/crc/>>). Ela descreve os direitos humanos básicos que as crianças devem ter em todos os lugares: o direito à sobrevivência; a desenvolver ao máximo seus potenciais; à proteção contra influências nocivas, abuso e exploração; e a participar integralmente na vida familiar, cultural e social. Existem artigos da Convenção que requerem o desenvolvimento de diretrizes apropriadas para a proteção das crianças contra informações e materiais que possam prejudicar seu bem-estar?
- De acordo com o Relatório n.º. 10 do Observatório Tecnológico da União Internacional das Telecomunicações, as ações para lidar com as preocupações de privacidade e segurança são a prioridade máxima para aprimorar a vida no mundo digital e na internet (UIT, 2009). A ausência de uma forte segurança inevitavelmente produz um risco para todos os sistemas e processos que dependem das comunicações eletrônicas, incluindo as mídias (UIT, 2006). Uma segurança fraca (ou ausente) leva ao aumento no número de ocorrências de crimes na internet. Essa ameaça é tão séria que foi criada uma Parceria

33 Disponível em: <<http://www.facebook.com/terms.php>>.

Multilateral Internacional contra Ameaças Cibernéticas (na sigla inglesa, IMPACT) para promover a cooperação internacional de modo a tornar o ciberespaço mais seguro. O dr. Hamadoun Touré, secretário geral da UIT, afirma que “o acesso à comunicação é inútil se a paz e a segurança *online* não puderem ser garantidas”, acrescentando que devemos ver o mundo digital como uma “comunidade fechada por portões”, na qual os usuários podem ter de sacrificar algumas liberdades e o anonimato em troca de mais segurança [...]” (*ITU News*).

Por outro lado, muitos ativistas pela liberdade na internet estão preocupados com a interferência e o controle governamental. Há uma crescente preocupação com a possibilidade de que a internet esteja tornando-se um espaço fechado e controlado, em vez de ser um espaço aberto de interesse público, sendo cada vez mais controlada pelos governos e pelas corporações. Pode ser que, para alguns governos e negócios, a segurança torne-se a preocupação dominante, porém esse não é o caso para muitos cidadãos.

- Discuta as declarações acima, feitas pelo dr. Touré. Você acredita que os governos precisam avançar para tornar o mundo virtual mais seguro? Por quê ou por que não?
- Você concorda que a privacidade tenha de ser sacrificada em alguma medida? Quais são algumas das implicações? Por que você acredita que não é possível ou desejável regular a internet assim como a televisão e o rádio? O que aconteceria se a internet fosse controlada por um determinado país ou região do mundo?
- Realize uma pesquisa sobre diversos tipos de ferramentas (cinco a dez) utilizadas para a segurança na internet – bloqueio, filtragem, controles legais etc. Discuta seus benefícios e suas desvantagens.
- Selecione qualquer *site* ou programa de rede social que você utiliza. Conheça as configurações de privacidade. Busque, nos “termos de uso”, as seções de “privacidade e segurança”. Você acha que as salvaguardas contra a privacidade são suficientes para lhe ajudar a evitar alguns dos riscos descritos nesta seção? (Ver os quadros sobre os riscos relacionados aos conteúdos e contatos da internet). Quais são algumas das repercussões quando você eleva as configurações de privacidade ao nível máximo?



MÓDULO 8: ALFABETIZAÇÃO INFORMACIONAL E HABILIDADES NO USO DE BIBLIOTECAS

136

CONTEXTO E JUSTIFICATIVA

Os professores receberam instruções sobre os conteúdos básicos da alfabetização midiática e informacional (AMI) na unidade introdutória do Módulo 1 e nas unidades seguintes. O propósito deste módulo é mostrar que muitas outras habilidades informacionais importantes são componentes vitais da AMI.

Este módulo enfatiza os pilares que contribuem à alfabetização informacional. Muitos cursos concentram-se na transmissão de informações, em vez de concentrarem-se na aprendizagem da aprendizagem. Porém, a crescente ênfase na importância da AMI na educação e na própria sociedade salienta o quanto é importante que os usuários sejam aprendizes hábeis. Isso significa aprender como reconhecer suas necessidades informacionais; localizar e recuperar informações de modo eficiente e eficaz; analisar, organizar e avaliar essas informações; e usar, aplicar, reproduzir e comunicar as informações para os propósitos específicos das tomadas de decisões e resoluções de problemas (UNESCO, 2008).

Os professores precisam assimilar e desenvolver nos seus alunos uma série de competências (conhecimentos, habilidades e atitudes) que lhes permitam obter, entender, adaptar, gerar, armazenar e apresentar informações para a análise de problemas e a tomada de decisões. São competências aplicáveis a qualquer contexto de ensino e aprendizagem, seja no ambiente educacional, no ambiente de trabalho ou profissional, seja para o enriquecimento pessoal. Um professor alfabetizado em mídia e informação é capaz de entender as informações e

mensagens de mídia a partir de diferentes fontes e é capaz de avaliar e usar esse entendimento de maneira apropriada na solução de problemas. Ele também terá assimilado habilidades básicas no uso de bibliotecas e será capaz de maximizar o uso de fontes documentais para a aprendizagem e o compartilhamento de informações. Um professor alfabetizado em mídia e informação entende e aprecia as funções sociais das mídias e de outros provedores de informação, como bibliotecas, museus, arquivos, internet e instituições educacionais e de pesquisa que trabalham nesse campo.

Os provedores de informação oferecem um importante serviço às pessoas para acessar e, em alguns casos, também armazenar suas próprias informações. Além da mídia, existem outras fontes de informação usadas pelas pessoas (por exemplo, os avisos de saúde pública, os relatórios governamentais e as informações oralmente comunicadas, seja de maneira informal ou por meio dos debates públicos). Essas informações podem ser transmitidas eletronicamente (por exemplo, os debates das eleições na televisão) ou em sessões presenciais (por exemplo, em reuniões na prefeitura). Esses eventos podem ser facilitados "pela mídia" ou pelas pessoas. Essencialmente, a AMI também inclui habilidades no uso de bibliotecas, habilidades de estudo e pesquisa e habilidades tecnológicas.

Este módulo enfatiza o desenvolvimento da compreensão e das habilidades em alfabetização informacional, das habilidades ligadas ao uso das bibliotecas e da alfabetização digital para a solução de problemas e a tomada de decisões em contextos educacionais. Ele visa a permitir que os professores entendam os conceitos de informação, alfabetização informacional e tecnologia digital, além das relações entre esses conceitos, a fim de aumentar suas habilidades no acesso e no uso de um amplo leque de fontes de informação disponíveis no mundo de hoje. A assimilação dessas habilidades permitirá oportunidades de aprendizagem continuada ao longo da vida por meio do acesso à informação, garantindo assim a contínua participação dos professores em uma vida intelectual ativa.

UNIDADES

1. Conceitos e aplicações da alfabetização informacional (AI)
2. Ambientes de aprendizagem e alfabetização informacional
3. Alfabetização informacional digital

UNIDADE 1: CONCEITOS E APLICAÇÕES DA ALFABETIZAÇÃO INFORMACIONAL

► **DURAÇÃO:** 2 horas

PRINCIPAIS TÓPICOS

- Introdução à informação e à alfabetização informacional
- Conceitos centrais em alfabetização informacional

- Impactos da informação sobre as sociedades e novas habilidades
- Padrões e aplicações na alfabetização informacional
- Estágios da alfabetização informacional

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Após completar esta unidade, os professores estarão em condições de realizar as atividades a seguir:

- descrever o papel e a importância da informação e a necessidade das habilidades da alfabetização informacional nas sociedades da informação e do conhecimento;
- demonstrar uma compreensão dos estágios e principais elementos da alfabetização informacional aplicáveis em diversas áreas;
- identificar e explorar as fontes gerais de informação (impresas e eletrônicas);
- analisar os padrões de alfabetização informacional;
- identificar e discutir os usos éticos e responsáveis das ferramentas e dos fontes de informação.

ABORDAGENS E ATIVIDADES PEDAGÓGICAS

138

Os termos *informação*, *alfabetização informacional*, *TICs* e *novas habilidades* para o século XXI são frequentes em discussões sobre a sociedade da informação e do conhecimento. Os cidadãos requerem novas competências (conhecimentos, habilidades e atitudes) para que possam participar da sociedade e contribuir com ela. O entendimento desses termos é algo necessário antes do engajamento em atividades de formação, e deve primeiramente começar com a compreensão clara do conceito de informação.

DEFINIÇÃO DE INFORMAÇÃO

Discuta as seguintes definições de informação:

- informação é o conjunto dos dados coletados, processados e interpretados de modo a serem apresentados em um formato útil;
- informação é aquilo “que nos modifica” (STAFFORD BEER, 1979);
- informação é “aquilo que alcança a consciência do homem e contribui para seu conhecimento” (BLOKDIJK; BLOKDIJK, 1987);
- “informação é o conjunto dos dados que foram processados, alcançando um formato que é significativo para o receptor e tem valor real ou percebido nas ações ou decisões atuais ou futuras” (DAVIS; OLSEN, 1984).

O que essas definições têm em comum? Você acha que elas são relevantes no século XXI? Pesquise outras definições de informação. Você consegue encontrar definições que oferecem uma descrição mais abrangente do termo?

DEFINIÇÃO DE ALFABETIZAÇÃO INFORMACIONAL

Defina o termo “alfabetização informacional”:

- a alfabetização informacional é um direito humano básico no mundo digital (Proclamação de Alexandria, 2005);
- a alfabetização informacional é um conjunto de competências individuais necessárias para identificação, avaliação e uso das informações da maneira mais ética, eficiente e eficaz possível ao longo de todas as áreas, ocupações e profissões;
- a alfabetização informacional permite que as pessoas façam um bom uso das tecnologias de informação e comunicação.

Defina pensamento crítico. Discuta o papel da análise, da síntese e da avaliação da informação no pensamento crítico. Apresente um caso significativo e relevante no contexto cotidiano dos estudantes.

Os estágios/elementos da alfabetização informacional incluem os passos abaixo:

- identificar/reconhecer as necessidades de informação;
- determinar as fontes de informações;
- localizar ou procurar informações;
- analisar e avaliar a qualidade das informações;
- organizar, armazenar ou arquivar as informações;
- utilizar as informações de maneira ética, eficiente e eficaz;
- criar e comunicar novos conhecimentos.

Discuta, em geral, os estágios/elementos da alfabetização informacional (ver HORTON JR., Woody. *Understanding Information Literacy: a primer*. Paris: UNESCO, 2007. p. 9-13 e anexo B).

Faça com que os professores preparem uma lista das principais habilidades necessárias a cada estágio/elemento do processo de alfabetização informacional. Como isso se aplica a diferentes contextos de solução de problemas? Como você identificaria e definiria precisamente as informações necessárias para solucionar um problema ou tomar uma decisão (por exemplo, “informação de aconselhamento financeiro para lidar com um problema monetário”)?

As fontes de informações podem ser categorizadas em três grupos amplos: fontes primárias, secundárias e terciárias. Descreva essas fontes de informações aos professores e oriente-os a exemplificá-las.

SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO E DO CONHECIMENTO

Existe uma mudança significativa na maneira como o mundo funciona hoje. Impelidos pelo rápido crescimento tecnológico, a informação e o conhecimento tornaram-se o motor da vida econômica, social, política e cultural. O resultado desse fenômeno é conhecido como *sociedades da informação e do conhecimento*.

- Realize uma busca na sua biblioteca ou na internet sobre o termo “sociedade da informação”. Descreva os pressupostos centrais implícitos na sociedade da informação. Discuta a relevância desses pressupostos para a vida e a aprendizagem na era em que vivemos hoje. Realize uma tarefa semelhante para o termo “sociedade do conhecimento”. Quais são as semelhanças percebidas entre os dois termos, caso existam?

- Peça aos professores para escreverem sua opinião sobre o que envolve a alfabetização informacional, incluindo as habilidades no uso de bibliotecas, com base no seu próprio conhecimento. Eles também devem listar cinco motivos pelos quais a assimilação dessas habilidades é relevante para a sobrevivência na sociedade da informação.
- Peça aos professores para desenhar um diagrama com as anotações necessárias, descrevendo a relação entre informação, sociedade da informação, TICs, sobrecarga de informações e alfabetização midiática e informacional (AMI).
- Discuta com os professores como o grau de alfabetização informacional mudou/aumentou nos últimos tempos, principalmente no âmbito da graduação, pós-graduação e no ambiente profissional (no contexto da aprendizagem continuada). Discuta o ciclo de produção de informações e conhecimentos. Analise o papel, as funções e as responsabilidades dos provedores de informação na sociedade. Discuta como as habilidades da alfabetização informacional são desenvolvidas pelo uso das TICs.
- Descreva o que torna um estudante alfabetizado em termos informacionais.
- Compare e contraste como diferentes tipos de informação são gerados, suas características comuns e seus usos e valor para a saúde e o bem-estar na sociedade civil, no setor de educação e para o trabalho e a atividade econômica.
- Pesquise e discuta uma das seguintes afirmações:
 - a informação é um insumo à ação e à tomada de decisões, e não simplesmente algo a ser transferido (como referência, veja a publicação: UNESCO. *Towards Literacy Indicators*. Paris: UNESCO, 2008. p. 14);
 - o provimento e o acesso à informação são uma fonte de poder e controle na sociedade;
 - a alfabetização informacional requer habilidades separadas de TIC? Por exemplo, é possível que pessoas se alfabetizem em termos informacionais na ausência das TICs?
- Discuta as atitudes culturais em relação à informação. Como a informação é vista e valorizada na sua sociedade? Como as visões sobre as informações impressas (por exemplo, nos principais jornais) comparam-se às informações geradas pelas mídias eletrônicas? Qual é a relação entre o poder e as mídias impressas e as mídias digitais? Qual é a identidade da(s) pessoa(s) por trás das informações geradas? O conhecimento dessas informações é importante? Por quê?
- Avalie o valor da informação nas mídias impressas (por exemplo, jornais, revistas etc.) e os custos associados ao seu armazenamento, recuperação e uso. A investigação também deve abordar as seguintes questões: o valor das informações com base nos benefícios que elas geram; o valor realista das informações com base na sua disponibilidade ou indisponibilidade; e as consequências para os usuários no caso de as informações não estarem disponíveis.
- Como as habilidades de alfabetização informacional são relevantes no combate a doenças, no aprimoramento das oportunidades de emprego ou na melhoria das práticas pedagógicas dos professores em sala de aula?
- Valendo-se da internet ou da biblioteca escolar, ou de ambas, identifique um problema ou uma questão a ser investigada em uma das seguintes áreas: educação cívica, ciência, estudos sociais, história ou geografia. Apresente os resultados da sua pesquisa utilizando o *PowerPoint*. Após a apresentação, reflita sobre os seguintes pontos: como você selecionou o que você queria apresentar em meio a uma ampla variedade de informações disponíveis sobre o tema? Você precisava de mais informações sobre algum ponto específico e não conseguiu o acesso? Como isso afetou sua apresentação? Por fim, você transformou as informações reunidas para aplicar ao seu contexto específico? Como e por quê?

UNIDADE 2: AMBIENTES DE APRENDIZAGEM E ALFABETIZAÇÃO INFORMACIONAL

► **DURAÇÃO:** 3 horas

PRINCIPAIS TÓPICOS

- O guia de solução de problemas informacionais em seis estágios, conhecido como *Big6*
- O uso das bibliotecas
- Ambientes de aprendizagem e provedores de informação

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Após completar esta unidade, os professores estarão em condições de executar as seguintes atividades:

- entender as diferenças entre a transmissão de informações e a informação para a aprendizagem;
- descrever e demonstrar uma compreensão dos aspectos centrais da organização de informações, ou seja, o uso de esquemas de classificação para localizar informações e conhecimentos (por exemplo, classificações de coleções de bibliotecas, índices, resumos, bibliografias, bases de dados etc.);
- usar, de forma eficaz, uma biblioteca para a aprendizagem, avaliando as oportunidades apresentadas pela biblioteca para a pesquisa de determinado assunto;
- aplicar os estágios do *Big6* à solução de problemas informacionais.

141

ABORDAGENS E ATIVIDADES PEDAGÓGICAS

- Peça para os professores considerarem a seguinte matriz composta por seis etapas para a alfabetização informacional e para a solução de problemas (para uma descrição mais detalhada da matriz, veja a tabela ao final desta unidade):
 - 1. Definição da tarefa:** defina o problema de informação e identifique as informações necessárias;
 - 2. Estratégias de busca de informações:** determine todas as possíveis fontes e selecione as melhores delas;
 - 3. Localização e acesso:** localize as fontes e encontre informações dentro delas;
 - 4. Uso de informações:** informe-se (por exemplo, leia, escute, veja, toque) e extraia as informações relevantes;
 - 5. Síntese:** organize informações de múltiplas fontes e apresente-as;
 - 6. Avaliação:** julgue o produto (efetividade) e o processo (eficiência).

- Compare essa taxonomia do ciclo da informação a outras, como o processo descrito por Woody Horton, Jr. (2007), ou a *Revised Taxonomy* de Bloom para a alfabetização informacional. Você concorda que os seis estágios do *Big6* são de fato os elementos centrais da alfabetização informacional? Se não, o que você adicionaria e por quê? Na realidade, você acredita que esses seis estágios ocorrem ordenadamente em sequência como foram apresentados?
- Agora oriente os professores ao longo de cada estágio do processo de solução de problema informacional na tabela mostrada ao final da unidade, garantindo que invistam tempo suficiente na abordagem de todos os tópicos/questões delineadas na tabela.
- Escolha um periódico acadêmico impresso ou em formato eletrônico na biblioteca da sua escola (ou na principal biblioteca da sua cidade) sobre educação (por exemplo, educação de professores, educação especial, educação comparada etc.). Identifique um tópico nesse periódico sobre o qual você gostaria de aprender mais. Faça um resumo das principais constatações/questões nos artigos. O quão útil é a informação para sua prática profissional docente? As informações são aplicáveis ao contexto do seu país? Caso sim, como você usaria essas informações?
- Visite o bibliotecário da sua faculdade/escola e discuta as habilidades informacionais que seus professores precisam desenvolver para usar a biblioteca. Defina tarefas que requerem dos estudantes o uso de todo o escopo de fontes da biblioteca; faça com que eles comparem as informações que obtiveram na biblioteca com outras fontes (por exemplo, a internet) e avaliem sua utilidade em termos de especificações da tarefa.
- Avalie um ambiente escolar em relação às suas necessidades de alfabetização informacional e faça recomendações específicas que possam aprimorar a alfabetização informacional dos estudantes.
- O *Big6* e a solução de problemas informacionais: utilize as fontes de informação na biblioteca para explorar determinado assunto ou atualidades (por exemplo, direitos de voto, democracia, HIV/Aids etc.). Aplique os estágios do *Big6* para explorar a questão.
- Utilize uma tecnologia computacional para acessar informações sobre um assunto de interesse e apresente as informações (textuais ou numéricas) no formato de tabela ou gráfico. Compare a quantidade, a qualidade e a utilidade da informação das suas fontes de biblioteca com as informações da internet.
- Escreva um texto sobre como o uso da tecnologia de rádio ou telefonia celular está mudando a geração e o uso de informações no seu país. Apresente suas conclusões em uma apresentação de *PowerPoint*.

Tabela: A matriz de seis estágios para a alfabetização informacional e a solução de problemas informacionais

Estágios	Tópicos / Questões
Estágio 1: definição de necessidades ou problemas informacionais	<p>O que desejo descobrir? Que problema estou tentando resolver? Consigo entender a natureza do problema ou do tópico que está sendo investigado? Consigo definir com clareza as minhas necessidades de informação ou o problema? Que conhecimentos prévios tenho a respeito desse tema? Quanta informação quero sobre esse tema?</p>
Estágio 2: estratégias de busca de informações	<p>Quanto tempo tenho para encontrar essa informação? Onde devo procurar pela informação? Deve-se orientar os professores em relação às melhores fontes para certos tipos de informação e por quê? Dependendo do contexto, podem incluir-se (i) fontes primárias, que são fontes originais, pelas quais as informações não são interpretadas, como relatórios de pesquisa, recibos de vendas, discursos, <i>e-mails</i>, obras originais de arte, manuscritos, fotos, diários, cartas pessoais, histórias/entrevistas orais ou registros diplomáticos; (ii) fontes secundárias, obtidas junto aos provedores de informação, pelas quais as informações foram interpretadas, analisadas ou resumidas (por exemplo, livros escolares, periódicos acadêmicos, revistas, críticas ou interpretações); e (iii) fontes terciárias, incluindo compilações, índices, bibliografias, manuais, enciclopédias, cronologias, bases de dados etc. Devo pesquisar na biblioteca física, na internet (incluindo as bibliotecas digitais), nos museus, nos arquivos etc.? A quem posso recorrer para pedir auxílio?</p>
Estágio 3: localização e acesso	<p>Nessa etapa, os professores devem ser orientados sobre como efetivamente buscar informações nas fontes mencionadas no Estágio 2. Isso deve incluir o seguinte: 1) dicas de busca na internet, envolvendo buscas gerais e especializadas sobre áreas específicas (por exemplo, o país dos estudantes), compreensão dos nomes dos domínios (por exemplo, .edu, .gov, .org etc.), busca na internet por arquivos de imagem e som (áudio e vídeo) e busca em <i>sites</i> acadêmicos (por exemplo, <i>Google Scholar</i>); 2) uso efetivo dos índices e dos sumários nos livros e busca em arquivos eletrônicos em formato PDF etc.; 3) uso de bibliotecas (busca em catálogos de bibliotecas, periódicos, índices e resumos, e obras de referência); 4) busca em bases de dados (exemplos de bases de dados populares, como AGRICOLA, AGRIS/CARIS, EBSCO ou Expanded Academic ASAP e outras no país ou região dos estudantes); dicas de busca em bases de dados (por palavras-chave, identificação de sinônimos e variações nas formas das palavras, busca por assunto ou autor, combinação de palavras-chave, como “e”, “ou” e “não”, uso de formas truncadas e caracteres curinga e busca valendo-se de limites de data, linguagem, tipo de publicação e obras revisadas por professores da área); e 5) uso dos <i>feeds</i> RSS para receber as informações de que você necessita automaticamente.</p>
Estágio 4: avaliação crítica	<p>Critérios de avaliação necessários para avaliar/validar a confiabilidade, autenticidade ou qualidade das informações de livros, <i>sites</i> e outras fontes <i>online</i> etc.</p>
Estágio 5: síntese	<p>O que é uma tese? Qual é minha tese? Como ela se relaciona com o problema que quero resolver? Como posso organizar as informações relevantes vindas de múltiplas fontes de maneira eficaz? Como apresentar as informações? Quais são as ferramentas disponíveis? De que ferramentas eu preciso?</p>
Estágio 6: uso, compartilhamento e distribuição da informação	<p>Aplicação das informações que encontrei para solucionar meu problema. Referências e rastreamento de fontes usando a bibliografia/livros de referência disponíveis, como <i>zotex</i>, <i>refwork</i> etc. Ferramentas disponíveis para compartilhar, distribuir e cooperar com outras pessoas que tenham necessidades ou problemas semelhantes de informação (por exemplo, <i>Google documents</i>, <i>wikis</i>, <i>slash</i> etc.). Compreensão sobre os direitos autorais e o plágio.</p>

UNIDADE 3: ALFABETIZAÇÃO INFORMACIONAL DIGITAL

► **DURAÇÃO:** 3 horas

PRINCIPAIS TÓPICOS

- A natureza da informação *online*
- Explorando os equipamentos (*hardware*) e os programas (*software*) dos computadores
- Direitos de propriedade autoral na era da informação digital. A proteção dos programas dos computadores e dos dados eletrônicos
- Serviços digitais, incluindo tradução pelo computador, aplicativos que transformam a palavra ditada em texto e transcrição de áudio
- A aprendizagem pela internet (*e-learning*)
- Preservação digital e formatos de arquivos digitais

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

144

Após completar esta unidade, os professores estarão em condições de executar as atividades abaixo:

- descrever materiais digitais e analógicos, incluindo fases de criação, armazenamento, transporte, distribuição e preservação de informações digitais;
- usar as capacidades básicas das ferramentas de produtividade para processamento de textos, armazenamento de arquivos, acesso a fontes remotas de informações e comunicação interpessoal;
- usar as tecnologias de informação para redefinir muitos aspectos da experiência acadêmica e pessoal;
- entender e aplicar os direitos autorais de cópia, incluindo a *Creative Commons* e licenças de direitos autorais;
- realizar buscas *online* utilizando as técnicas relevantes: mecanismos de busca, diretórios por assunto e portas de ligação (*gateways*);
- entender o papel dos provedores de informação (por exemplo, bibliotecas, museus e arquivos) na preservação da informação digital.

ABORDAGENS E ATIVIDADES PEDAGÓGICAS

- Armazenar informações em formato digital, permitindo que sejam acessadas pelo uso de uma ampla gama de mecanismos, diferentemente de outras formas de informação analógica. Esse acesso flexível torna a digitalização importante e também está por trás da necessidade de desenvolverem-se habilidades digitais e habilidades informacionais. Essencialmente, a alfabetização digital inclui o trabalho de analisar, localizar, organizar, avaliar, criar e utilizar informações por meio da tecnologia digital. Discuta as vantagens

de haver informações em formato digital (transmissão efetiva, armazenamento, busca, manipulação, compatibilidade de sistemas etc.).

- Se os professores tiverem pouco ou nenhum conhecimento de computadores e programas, planeje uma série de sessões de laboratório de computação (físico ou virtual). Oriente os professores quanto aos conhecimentos básicos de equipamentos (*hardware*), programas (*software*), redes e servidores. Isso também pode incluir habilidades básicas no uso de teclado, mouse, tipos de arquivos e arquivamento. Os professores também devem receber informações quanto aos conhecimentos básicos de programas de código aberto e tecnologias de baixo custo. Mostre a eles uma lista de programas com licença protegida e mecanismos populares de *hardware*. Peça que façam uma busca na internet e listem pelo menos dois exemplos de programas de código aberto e recursos de *hardware* de baixo custo com funcionalidades semelhantes àquelas das ferramentas com direitos reservados que foram selecionadas. Avalie criticamente as possíveis vantagens e desvantagens de cada um deles.

ATIVIDADES

- Procure na internet e em outras fontes *online*, como bases de dados e bibliotecas eletrônicas, para obter informações sobre um tópico específico. Reduza as fontes de informação para melhor servir aos propósitos da sua busca. Procure por palavras chave, operações lógicas (por exemplo, *e*, *ou* e *não*), observando quais funcionam melhor e por quê.
- Crie um plano de atividades ou um conjunto de ações para fazer com que os estudantes utilizem diversas fontes de mídias digitais na preparação de um projeto, de uma avaliação ou de um dever de casa. Discuta as opções proporcionadas pelas novas tecnologias de acesso à informação digital para pessoas com deficiências (por exemplo, a acessibilidade da internet e a criação de documentos digitais em formatos acessíveis).
- Estude um *site* da internet usado para transmitir um curso sobre formação de professores ou qualquer outro programa educacional³⁴. Faça uma revisão de como essas informações são organizadas e acessadas no sítio. Quais fontes de informação digital *online* estão sendo usadas? Como as fontes digitais estão integradas aos materiais do curso? Exercite usando esse *site* e discuta o quão útil ele poderia ser para a aprendizagem e quais são suas limitações. Discuta as vantagens e desvantagens.
- Visite diversos *blogs* e *wikis* montados por indivíduos ou por um grupo de pessoas. Que tipo de intercâmbio de informações está acontecendo nessas mídias *online*? A que propósitos servem as informações? Quem provê as informações? Na sua opinião, quais são as motivações e as razões das pessoas que se dedicam a esse trabalho?
- Visite um *site wiki* educacional e analise como ele favorece seu curso e seu currículo. Monte um *site wiki* sobre uma questão envolvendo educação (por exemplo, melhorar as habilidades de leitura e matemática nos primeiros anos da escola primária). Organize um fórum de discussão para ser usado pelos professores como uma tarefa na *wiki* e faça uma revisão dos benefícios e limites do compartilhamento de informações por essa plataforma.
- Experimente escrever um *blog* sobre um tema relacionado à educação no seu país. Este deveria ser um assunto capaz de atrair o interesse e a reação das pessoas (por exemplo,

34 NT: Para realizar esta atividade, sugere-se o uso da página do Programa Mídias na Educação, do Ministério da Educação no Brasil, disponível em: <<http://webeduc.mec.gov.br/midiaseducacao/index6.html>>.

ampliar o acesso educacional nos níveis primário e secundário – níveis fundamental e médio no Brasil – para as camadas sociais menos favorecidas, diversificar o acesso à informação para estudantes secundaristas – do ensino médio no Brasil – com vistas a aprimorar a qualidade da aprendizagem, discutir por que os menos favorecidos estão tornando-se ainda mais pobres em uma época em que se observa o aumento de conhecimento e informação etc.).

- Discuta quais informações digitais devem ser preservadas, pensando no ponto de vista dos estudantes. Quais são os principais critérios de seleção e as soluções técnicas disponíveis e como é possível garantir a sustentabilidade? Quais são os outros aspectos dessa questão de preservação?
- Identifique os instrumentos internacionais disponíveis para a preservação das informações digitais (por exemplo, a “Carta para a preservação do patrimônio arquivístico digital” da UNESCO e outras diretrizes de preservação de patrimônio digital).
- Visite o *site* da *World Heritage Library*.
- Discuta a importância da preservação e da promoção do patrimônio arquivístico no contexto de um desastre natural, como o terremoto do Haiti, e discuta o trabalho a ser feito pelos arquivistas do Arquivo Nacional do Haiti. Encontre um artigo que ilustre a situação no Haiti após o terremoto de janeiro de 2010.
- Pergunte aos estudantes por que o arquivamento na internet é necessário e como ele é feito.

FONTES DE INFORMAÇÃO PARA ESTE MÓDULO

- *The Information Literacy Place*. Disponível em: <<http://dis.shef.ac.uk/literacy>>. Este *site* discute elementos de alfabetização informacional. Ele também contém *links* para outros *sites* e fontes de alfabetização informacional.
- UNESCO. *Towards Information Literacy Indicators*. Paris: UNESCO, 2008. Texto que discute o tema de uma matriz conceitual.
- THE BIG 6. *Information Literacy for Students*. Disponível em: <<http://www.big6.com>>. Este *site* contém um conjunto de fontes relacionadas aos estágios da alfabetização informacional
- GAUNT, J. et al. *Handbook for Teaching Information Literacy*. Cardiff: Cardiff University, 2007.



MÓDULO 9: COMUNICAÇÃO, AMI E APRENDIZAGEM – MÓDULO DE RECAPITULAÇÃO

147

A inovação dos conteúdos requer inovação no ensino.

Anônimo

CONTEXTO E JUSTIFICATIVA

O presente documento curricular sobre a alfabetização midiática e informacional (AMI) deve ser compreendido dentro do campo mais amplo da comunicação, valendo-se das contribuições das teorias modernas de aprendizagem. O ensino e a aprendizagem estão intimamente relacionados e são aspectos integrantes do processo de comunicação. De fato, nenhum pode funcionar sem o outro (NDONGKO, 1985). Os professores e os estudantes, consciente ou inconscientemente, aplicam os elementos de um processo comunicativo básico, e por vezes complexo, na sala de aula.

O ensino e a aprendizagem tornam-se mais desafiadores quando novas tecnologias, como as mídias de massa (rádio, televisão, bibliotecas e jornais), são integradas à sala de aula. A assimilação de habilidades de AMI por professores e estudantes gera oportunidades de enriquecimento para o ambiente educacional e promove um processo mais dinâmico de ensino e aprendizagem.

A interação de professores e estudantes com as mídias e outros provedores de informação pode ajudar a criar ambientes mais democráticos e pluralistas de aprendizagem, capazes de promover também a produção de conhecimento. A consciência sobre essas forças dinâmicas

em ação na sala de aula permite o enfoque dos processos cognitivos e metacognitivos identificados nas teorias de aprendizagem.

Este módulo – o último da seção principal do currículo – consiste em uma recapitulação a partir dos conteúdos apresentados pelos módulos anteriores. Ele explora as relações entre comunicação e aprendizagem (incluindo as teorias de aprendizagem) e sugere como a AMI pode aprimorar essa relação; e termina com uma discussão sobre como administrar a mudança de modo a promover um ambiente propício à AMI.

UNIDADES

1. Comunicação, ensino e aprendizagem
2. Teorias de aprendizagem e AMI
3. Administrando a mudança para promover um ambiente propício à AMI nas escolas

UNIDADE 1: COMUNICAÇÃO, ENSINO E APRENDIZAGEM

► **DURAÇÃO:** 2 horas

148

PRINCIPAIS TÓPICOS

- Definindo a comunicação
- Teorias básicas de comunicação
- Explorando o ensino e a aprendizagem como processos de comunicação e a forma como o conhecimento da AMI pode aprimorá-los
- Estratégias de ensino por meio da AMI e sobre a AMI

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Após completar esta unidade, os professores estarão em condições de realizar as seguintes atividades:

- demonstrar uma compreensão básica da comunicação;
- identificar e analisar teorias básicas de comunicação e sua relação com o processo de ensino e aprendizagem, considerando a aplicação das habilidades de AMI.

Se estamos utilizando as mídias, as bibliotecas, os arquivos e outros provedores de informação (incluindo a internet ou as novas tecnologias) na sala de aula, precisamos considerar nossos modos de ensino: como estamos usando as mídias e outros provedores de informação? Como esses recursos determinam a forma como as informações são comunicadas aos estudantes?

Os modelos de comunicação podem servir como um arcabouço para pensar sobre o lugar da AMI em meio à experiência do ensino e da aprendizagem. Esses modelos possibilitam um exame minucioso dos papéis dos professores, dos estudantes e das mídias, bibliotecas, arquivos e outros provedores de informação na sala de aula. Muitos desses modelos (SHANNON e WEAVER, 1948; SCHRAMM, 1954; BERLO, 1960) compartilham os elementos listados a seguir:

- emissor (origem/fonte);
- mensagem (conteúdo);
- canal (meio);
- receptor (reação/decodificação);
- resposta (do receptor para o emissor e vice-versa enquanto durar o processo).

Identifique as maneiras como esse modelo poderia ser aplicado à experiência de aprendizagem na sua sala de aula. Que papéis você assume como professor? Que papéis estão disponíveis a seus alunos? Como o processo de aprendizagem é direcionado por esses papéis? Como o processo de resposta é administrado no processo de ensino e aprendizagem? Como seus conhecimentos de AMI podem ajudar a aprimorar esse processo?

Considere as oportunidades que os estudantes têm de examinar criticamente as plataformas pelas quais eles recebem informações na sua sala de aula. Isso está relacionado às noções de ensino sobre e por meio de mídias, bibliotecas, arquivos e outros provedores de informação. Por quais mídias os estudantes estão recebendo informações na sua sala de aula? Qual é o impacto dessas mídias sobre a experiência de ensino e aprendizagem? Identifique as mídias e as fontes de informações às quais os estudantes têm acesso na sua sala de aula. Explique a justificativa e o processo de seleção para incluí-las no currículo.

O ensino sobre a AMI requer o conhecimento e a análise de mídias, bibliotecas, arquivos e outros provedores de informação, do papel que esses meios desempenham na aprendizagem continuada e das formas como as informações e mensagens são transmitidas e moldadas (por exemplo, as próprias mídias e tecnologias tornam-se objetos de estudo na sala de aula). O ensino por meio das mídias e de outros provedores de informação requer o conhecimento e a análise pelos professores de seu próprio papel, bem como do papel das mídias e das tecnologias no processo de ensino e aprendizagem. Em outras palavras, o que está sendo ensinado por meio das mídias e/ou tecnologias na sala de aula? Algum tópico ou alguma matéria específica está sendo ensinada por meio de tecnologias ou mídias? Como os professores podem aplicar as habilidades de AMI àquilo que estão ensinando?

Identifique exemplos gerais de ensino *sobre* AMI e *por meio de* mídias, bibliotecas, arquivos e outros provedores de informação. Descreva atividades dando exemplos específicos em sua sala de aula de situações nas quais essas abordagens são utilizadas. O que elas têm a oferecer aos estudantes em termos de experiência de aprendizagem?

UNIDADE 2: TEORIAS DA APRENDIZAGEM E AMI

PRINCIPAIS TÓPICOS

- Pedagogia e AMI
- O que é metacognição?
- A relação entre metacognição e AMI

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Após completar esta unidade, os professores estarão em condições de realizar as seguintes atividades:

- desenvolver estratégias pedagógicas apropriadas para estudantes de AMI;
- identificar e desenvolver estratégias metacognitivas para estudantes.

ESTRATÉGIAS PEDAGÓGICAS

- Considere as seguintes habilidades de AMI essenciais para a alfabetização midiática e informacional:
 - definição de tarefas;
 - busca de informações;
 - localização e acesso;
 - análise de mensagens e informações;
 - análise do contexto das mensagens e informações;
 - uso das informações;
 - síntese;
 - avaliação.

Identifique as maneiras como os estudantes podem desenvolver e demonstrar essas habilidades na sua sala de aula. Descreva estratégias pedagógicas ou atividades específicas que possibilitem isso.

- Desenvolva um plano de aula ou o esboço de uma unidade curricular que incorpore essas estratégias e atividades. Considere o desenvolvimento de uma aula ou atividade individual de AMI, ou de uma aula ou atividade que integre a AMI em um curso existente. Identifique as considerações/adaptações centrais que os professores precisam fazer para que os estudantes demonstrem essas habilidades de forma bem-sucedida.
- Considerando o modelo de comunicação delineado na unidade anterior, explique e justifique os papéis que mídias, bibliotecas, arquivos e outros provedores de informação desempenharão na sua aula/unidade. Que papel ou papéis você terá de cumprir como professor(a)? Que papéis estarão disponíveis a seus alunos? Como esses papéis aprimorarão o processo de aprendizagem?

- Para que os estudantes tenham sucesso como aprendizes, o conhecimento da metacognição e das estratégias metacognitivas é importante. A metacognição pode ser definida como “a cognição sobre a cognição”, ou “o conhecimento sobre o conhecimento”. Ela pode assumir muitas formas e inclui conhecimentos relacionados a quando e como utilizar estratégias específicas de aprendizagem ou de solução de problemas. Na prática, essas capacidades são usadas para regular a própria cognição, para maximizar o próprio potencial de pensar e aprender e para avaliar as regras éticas e morais adequadas (adaptado da *Wikipedia*).
- Analise a lista de habilidades de AMI acima. Para cada uma delas, liste e descreva uma estratégia metacognitiva que os estudantes poderiam usar para amparar sua experiência de aprendizagem. Por exemplo, a definição de uma tarefa poderia amparar-se no uso de um mapa conceitual, enquanto que a análise de mensagens e informações poderia amparar-se em um diagrama que categoriza diversas partes de um texto de informações, acompanhado por uma listagem de questões críticas.
- Selecione diversas atividades de um módulo de sua escolha. Identifique as habilidades de que os estudantes necessitam para completar cada atividade. Que papel a metacognição pode desempenhar na transferência da aprendizagem dessa atividade para o envolvimento dos estudantes com as mídias e outros provedores de informação fora da sala de aula?
- Consulte o Módulo 1, na Unidade 4, sobre estratégias pedagógicas para o ensino da AMI. No contexto do seu próprio currículo, selecione uma estratégia específica e adapte-a ou desenvolva-a para seus alunos. Como essa abordagem é capaz de integrar a teoria da comunicação e a AMI na sua experiência de aprendizagem? Como essa estratégia está ligada às suas expectativas curriculares específicas? Como os alunos saberão se foram bem-sucedidos, ou seja, onde essa estratégia se encaixa em termos de um programa de exame e avaliação?
- Considere o papel de bibliotecas e museus no desenvolvimento das habilidades de AMI. Elabore uma atividade que ilustre como uma estratégia pedagógica específica pode ser usada em um desses ambientes. Considere as características específicas desses ambientes e como podem influenciar positivamente a experiência de ensino e aprendizagem.
- Com base nas atividades de um dos módulos deste currículo, ou nas atividades do seu próprio trabalho, explique como um Currículo de AMI proporciona oportunidades diferenciadas de instrução e aprendizagem (como aprendizagem cinestésica, aprendizagem visual, aprendizagem auditiva etc.).

UNIDADE 3: ADMINISTRANDO A MUDANÇA PARA PROMOVER UM AMBIENTE PROPÍCIO À AMI NAS ESCOLAS

PRINCIPAIS TÓPICOS

- O movimento das mídias globais e da alfabetização informacional: uma visão geral das ações no mundo, o desenvolvimento de políticas etc.
- O ambiente propício necessário para o trabalho de AMI nas escolas

- Desafios a serem enfrentados na integração da AMI nas escolas, e a elaboração de estratégias para superar esses desafios

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Após completar esta unidade, os professores estarão em condições de realizar as seguintes atividades:

- identificar e descrever as iniciativas de AMI implementadas em nível local e global;
- promover a alfabetização midiática e informacional a diferentes grupos interessados;
- descrever questões centrais a serem consideradas no planejamento e na integração da AMI nas escolas.

ESTRATÉGIAS PEDAGÓGICAS

- Valendo-se de mecanismos de busca e outras fontes, pesquise programas, projetos ou iniciativas em alfabetização midiática e informacional que existam atualmente em estabelecimentos de educação de professores. Considere exemplos locais e internacionais. Selecione um desses exemplos e identifique as áreas centrais abordadas. Como tal programa difere deste currículo, mesmo tendo incluído a AMI? Como esse programa ainda serve como um recurso para professores interessados na AMI?
- Realize uma busca de associações e organizações que apoiam as metas da AMI. Que informações e recursos (materiais e humanos) esses programas oferecem aos professores?
- Para garantir o sucesso dos cursos e programas de AMI, muitos especialistas desenvolveram uma série de orientações. Diversas delas estão listadas abaixo. Explique como essa lista poderia ser aplicada à sua situação específica. Identifique quaisquer recomendações adicionais que você faria para garantir o sucesso da AMI em seu departamento ou instituição.

Recomendações sugeridas:

- identificação do conteúdo;
- identificação dos participantes e principais apoiadores nos níveis do programa e da política pública;
- desenvolvimento de um plano estratégico de implementação/integração etc.;
- desenvolvimento de um plano de promoção da AMI;
- identificação das agências/associações apoiadoras;
- identificação das fontes disponíveis e requisitadas;
- desenvolvimento de ferramentas de avaliação para cursos e programas de AMI.

Considerando-se os critérios para um programa bem-sucedido para estudantes, essa relação se altera? Identifique quaisquer considerações adicionais aqui.

- Considerando as necessidades da sua própria comunidade educacional, como a AMI poderia ser integrada aos programas existentes para professores, ou desenvolvida como um programa independente? Quais são as vantagens e desvantagens de cada um desses dois cursos de ação? Mencione módulos específicos como exemplos.

- Desenvolva um plano de promoção da AMI junto a decisores políticos, diretores de programas e professores na sua instituição. Quais são as prioridades e as necessidades centrais para cada grupo? Explique como esse Currículo de AMI pode ajudar a atender a essas necessidades. Identifique outros grupos de atores interessados no tema que poderiam ser incluídos aqui. Que papel cada um poderia desempenhar na promoção da AMI?

FONTES DE INFORMAÇÃO PARA ESTE MÓDULO

- UNIVERSITY LIBRARY SERVICE. *Handbook for Information Literacy Teaching*. 3.ed. 2009.
- UNESCO. *Media Education in the Pacific: A Guide for Secondary School Teachers*. Paris: UNESCO, 2003.
- MOKHTAR, Intan Azura; WEE, Wee Kim. *Teaching information literacy through learning styles: the application of Gardner's multiple intelligences*. Singapore: School of Communication and Information (WKWSCl)/Nanyang Technological University (NTU), 2008.
- BIG6. Teaching information literacy through literature. *Big6 eNewsletter*, 11.1, 4, 2010. Disponível em: <www.big6.com>.



Módulos complementares



MÓDULO 10: O PÚBLICO

► **DURAÇÃO:** 8 horas

156

CONTEXTO E JUSTIFICATIVA

Todos nós conhecemos a experiência de ser o público das mídias. Todos os dias, tanto as crianças quanto os adultos passam uma quantidade significativa de tempo envolvidos com atividades de mídia e comunicação. Comumente pressupõe-se que o público é um grupo homogêneo de indivíduos passivos que interpretará um texto da mesma maneira. Mais precisamente, existem duas formas principais de estudar os públicos de mídia. O primeiro é vê-los como consumidores de produtos de mídia, ou seja, aquilo que a indústria de mídia e comunicação descreve como *públicos-alvo*. O segundo é baseado na teoria da recepção, pela qual os públicos são vistos como participantes ativos na leitura e na interpretação de textos relacionados às mídias e à informação.

Os públicos-alvo são grupos de leitores, espectadores ou ouvintes definidos por características específicas, como idade, renda, gênero e interesses. Trata-se de um grupo específico, para o qual as mídias e outras organizações desenvolvem conteúdos e moldam mensagens. Por exemplo, os anunciantes estão muito preocupados com a compra de tempo ou espaço, que lhes proporcionará o acesso a um público demográfico ou alvo específico. Na indústria televisiva, por exemplo, os anunciantes compram um espaço comercial de uma rede durante a exibição de um programa se esse programa for atraente para o público que eles querem alcançar.

Se, por um lado, podemos ser vistos como um público-alvo para a mídia, por outro, cada vez que vemos ou ouvimos um texto de mídia, reagimos com base em nosso conhecimento individual e social e nas experiências que relacionamos à leitura desse texto. Quando recebemos mensagens ou informações a partir da mídia, nós as interpretamos por meio de nossa ideologia e de nossos valores pessoais.

Porém, também é bem possível que *negociemos* o significado que recebemos de um texto, aceitando alguns elementos enquanto rejeitamos outros. A maneira como o significado é construído em filmagens ou fotos (por meio dos ângulos de câmera, das perspectivas, da edição etc.) também influencia diferentemente as interpretações do público.

Pesquisadores descobriram que os leitores de revistas passam um pouco mais de dois segundos olhando para uma página. Na televisão, um comercial típico dura apenas 15 ou 30 segundos, e muitos espectadores “zapeiam” pelos canais durante os comerciais ou “navegam” pela internet permanecendo em um “lugar” por apenas alguns poucos segundos. Para conectarem-se rapidamente com os consumidores atuais, os produtores de textos de mídia frequentemente criam um forte apelo emocional com base em pesquisa sociodemográfica, ou *psicodemografia*, que consiste na análise de atitudes, crenças, desejos e necessidades das pessoas. Embora uma equipe criativa não consiga prever como cada indivíduo reagirá à mídia, sua pesquisa poderá lhe dar uma boa ideia sobre como reagirão determinados grupos da população.

Por que se estudam os públicos da mídia? O estudo dos públicos ajuda a explicar como questões importantes são vistas por diferentes pessoas, de acordo com seu gênero, idade ou grupo social. Ele também nos ajuda a entender as relações entre os autores de um texto e seu público, e como podemos criar nossos próprios textos de mídia e nos comunicar com outros públicos mais efetivamente.

Este módulo explorará diversas questões centrais: como o contexto de um produtor/autor influencia na compreensão de um texto de mídia por um indivíduo? Como a construção de um texto orienta o processo criativo? Como um indivíduo negocia o significado em um texto de mídia? Como os públicos usam as mídias em suas vidas diárias?

PRINCIPAIS TÓPICOS

- Pesquisa de público e mercado
- Identificação de públicos-alvo
- Como os públicos negociam significados?

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Após completar esta unidade, os professores estarão em condições de executar as atividades abaixo:

- explorar as noções de público-alvo e público ativo;
- identificar as razões para as interpretações de textos de mídia;
- analisar como os públicos são identificados e direcionados;
- explicar como os públicos escolhem as mídias que consomem e com as quais se relacionam;
- analisar como os públicos respondem aos textos de mídia e explicam os fatores determinantes;
- analisar a relação entre produção, mensagem e público.

ABORDAGENS E ATIVIDADES PEDAGÓGICAS

Reúna e descreva exemplos de como as pessoas utilizam as mídias de massa em suas vidas diárias. Considere o uso das mídias para busca de informações, entretenimento, monitoramento, relacionamentos e identificação. Encontre materiais de *sítes* da internet sobre programas populares de televisão ou música. O que essas fontes dizem sobre a forma como os públicos utilizam e usufruem das mídias? Como esses usos podem se diferenciar da intenção dos produtores?

- Imagine como uma família vinda de uma realidade ou de uma época completamente diferente poderia interpretar alguns dos atuais programas ou anúncios de televisão. O que ela teria a dizer sobre os públicos de mídia de hoje?
- Valendo-se da internet, pesquise as reações dos públicos de uma série de países aos programas populares de televisão. Como esses programas e suas principais personagens e roteiros são "lidos" ou interpretados por diversos públicos?
- Analise as mensagens e os valores transmitidos por um texto popular de mídia, como um programa de televisão. Como essas mensagens poderiam mudar se pessoas de um grupo social diferente (por exemplo, idade, origem étnica) fossem incluídas, ou se as personagens masculinas e femininas mudassem seus papéis? Que impacto essas mudanças teriam sobre o público?
- Usando a internet, pesquise as atuais estratégias utilizadas pelos anunciantes para entender e buscar os públicos, como a psicodemografia ou a demografia social. Descreva a abordagem, identifique as categorias e reflita sobre as pressuposições referentes aos públicos nos dias de hoje.
- Pesquise jornais e revistas e selecione uma série de anúncios que, a seu ver, influenciarão pessoas de cada uma dessas categorias, ou escolha um produto e crie o esboço de um anúncio que seja atraente para cada uma das categorias de público pesquisadas. Considere as imagens e as palavras-chave que você usaria para cada uma delas.
- Apresente duas leituras opostas de um texto popular de mídia, como um filme, um programa de televisão ou um artigo de jornal. Determine as características do público que possam contribuir com cada leitura crítica. Como isso explica a variedade de respostas que um texto popular de mídia pode receber dos públicos?
- Pesquise em alguns jornais ou use a internet para encontrar títulos de filmes atuais. Com base nos títulos e nos anúncios desses filmes, o que você espera ver em cada um deles? Quem você acredita ser o público-alvo de cada um desses filmes?
- Atualmente, em muitos cinemas, os públicos assistem a anúncios antes de o filme começar. Com base nos filmes do exercício anterior, que tipos de anúncios você esperaria ver exibidos aos públicos antes desses filmes?
- Usando imagens ou vídeos, faça uma montagem que você usaria para divulgar sua escola a um público específico. Considere o uso dos ícones e símbolos apropriados, a linguagem visual e verbal, a música, as cores, os planos e os ângulos de câmera etc., para envolver e comunicar-se com esse público. Os públicos dessa montagem poderiam ser potenciais estudantes que queiram matricular-se na escola, os pais desses estudantes, os patrocinadores da escola, um político etc.
- Analise o material promocional disponível de faculdades e universidades na sua região. Caso apareçam imagens de estudantes, como eles são? O que estão fazendo? Que imagem da escola está sendo veiculada nesse material? Que impressão eles passam da escola que representam? Eles são estudantes ou modelos? Caso não apareçam estudantes, que

imagens foram escolhidas e o que elas dizem sobre a instituição? Com base na sua análise do material, quem é o público-alvo? Que mensagem está sendo transmitida?

- Há muitas marcas independentes, filmes, programas de televisão e revistas alternativas fora das grandes corporações de mídia. Examine alguns desses produtos e aponte que valor – social, artístico ou comercial – eles têm a oferecer aos seus públicos. Como os produtores ou autores pagam pelos seus produtos e como eles os lançam no mercado?
- Analise a pesquisa de Blumer e Katz (1974), em que os autores afirmaram que os públicos podem escolher e usar um texto de mídia devido a um ou todos os seguintes motivos:
 - **diversão:** uma fuga da vida cotidiana;
 - **relacionamentos pessoais:** projeção em uma personagem ou uma “família” da televisão;
 - **identidade pessoal:** possibilidade de identificar-se e aprender com o comportamento, as atitudes e os valores refletidos nos textos de mídia;
 - **atualização:** uso das mídias e dos textos de informação para saber o que acontece no mundo e para obter informações que possam ser úteis para a vida cotidiana (por exemplo, previsão do tempo, notícias, resultados de eleições etc.).
- Identifique exemplos específicos na sua vida ou na vida dos seus estudantes que ilustrem essas razões para usar os textos relacionados às mídias e à informação.

RECOMENDAÇÕES PARA AVALIAÇÃO

- Desenvolvimento do esboço de um anúncio de campanha
- Leituras preferidas e leituras de oposição de textos de AMI
- Montagem de imagens sobre a escola
- Análise de texto
- Pesquisa na internet

FONTES DE INFORMAÇÃO PARA ESTE MÓDULO³⁵

As seguintes fontes provêm da América do Norte e são meramente ilustrativas. Outras fontes relevantes podem ser encontradas pelos próprios orientadores em sua região ou país.

- *Advertising Age*. Disponível em: <www.adage.com>. Uma publicação da indústria com custos de publicidade, relatórios sobre estratégias, públicos-alvo, pesquisa etc.
- *The Persuaders – Frontline*. Disponível em: <www.pbs.org>. Este programa explora como as estratégias de *marketing* e a publicidade têm influenciado não apenas o que as pessoas compram, mas também a maneira como elas veem a si mesmas e ao mundo ao seu redor. Esse documentário de 90 minutos envolve um conjunto de especialistas e observadores do mundo da publicidade/*marketing*. O programa na íntegra pode ser visto *online* em seis partes pelo *site* da PBS.

35 NT: Professores brasileiros podem obter fontes semelhantes nos seguintes *sites*: <<http://www.memoriadapropaganda.org.br>>; <<http://memoriaglobo.globo.com/>>; <<http://portaldoprofessor.mec.gov.br>>.

- *The Merchants of Cool – Frontline*. Disponível em: <www.pbs.org>. Este programa explora o mundo da pesquisa publicitária envolvendo os jovens, o trabalho dos caçadores de tendências e o trabalho de *marketing* em torno dessas tendências.
- *The Internet Movie Data Base*. Disponível em: <www.imdb.com>. Este é o *site* mais abrangente para pesquisa sobre filmes e televisão nos países industrializados. Contém uma rica série de informações sobre títulos individuais – resenhas, atores, diretores, gêneros, pesquisa de *marketing* e público etc.



MÓDULO 11: MÍDIA, TECNOLOGIA E A ALDEIA GLOBAL

161

CONTEXTO E JUSTIFICATIVA

A questão da propriedade e do controle das mídias é de extrema importância, pois isso determina conteúdos e processos. De acordo com alguns críticos, mesmo quando os jornalistas promovem a democracia no exercício da liberdade de expressão e da livre imprensa, essa liberdade e independência dos jornalistas são influenciadas pelos interesses financeiros e políticos dos proprietários das mídias ou empregadores – em alguns casos, sutilmente; em outros, de maneira gritante. Tal controle, incluindo seu padrão e sua estrutura, é moldado principalmente por realidades políticas (e geopolíticas) e pelo potencial de concentração da propriedade. Por isso, a independência editorial e o pluralismo das mídias em nível local e global são importantes. Devido à crescente complexidade geográfica da mídia, esses fluxos já não acontecem apenas no sentido Norte-Sul, mas também nos sentidos Sul-Norte e Sul-Sul. Algumas mídias influentes em nível regional estão mudando consideravelmente a configuração do sistema internacional de mídia.

Na maioria dos países no mundo, as organizações de mídia de massa são empresas comerciais privadas. Algumas são propriedades privadas não comerciais, como as que são operadas por organizações não governamentais, e ainda outras estão sob a posse e o controle do governo. Um desenvolvimento positivo é a crescente popularidade das mídias comunitárias, que envolvem residentes locais no desenvolvimento de conteúdos e dão voz a setores marginalizados da sociedade.

Os avanços tecnológicos em uma economia de mercado de escala global têm estimulado o crescimento das empresas globais de mídia, conhecidas como conglomerados transnacionais de mídia. Seu poder e sua influência ultrapassam barreiras geográficas, econômicas e políticas. As empresas globais de mídia incluem aquelas que operam em nível regional. Apesar das regulações antitruste, o processo de convergência também tem facilitado fusões e aquisições no campo das mídias em nível nacional e global. Muitas organizações de mídia de massa estão estabelecendo parcerias com empresas que têm negócios de telecomunicações, aplicativos de internet e entretenimento (filmes e *videogames*) etc. As novas empresas criadas por essas coalizões têm tornado-se mais poderosas à medida que suas mensagens, imagens e vozes podem ser transmitidas globalmente, alcançando até mesmo os vilarejos mais remotos por meio de diversas plataformas – impressas, transmitidas e digitais.

A emergência das mídias globais produz desafios e oportunidades. Alguns estudiosos de comunicação alertam sobre as ameaças de homogeneização cultural, mas as mesmas ferramentas de mídia oferecem oportunidades de diversificação e pluralismo cultural (ou seja, hoje é mais fácil produzir, compartilhar e intercambiar conteúdos locais de mídia). As mídias globais também têm a capacidade e os recursos para elevar os padrões de profissionalismo. Consequentemente, muitos veículos locais de mídia são forçados a tornar-se mais competitivos pela melhoria na qualidade da sua programação. Ademais, as questões de desenvolvimento que têm impacto mundial, como a mudança climática, pandemias ou ameaças à biodiversidade, podem ser efetivamente comunicadas pelas mídias globais. Também se sabe que muitas histórias ocultadas dos públicos locais e nacionais em função de constrangimentos políticos e econômicos são reveladas ao público mundial pelas mídias globais independentes.

O impacto das indústrias de mídia sobre o ambiente político é outro desafio. Com as novas tecnologias de mídia, existe hoje um fluxo de informações de mão dupla mais forte dentro e fora das fronteiras nacionais, bem como plataformas mais amplas para discursos públicos. Todas essas realidades cultivam a tolerância e a compreensão. Questiona-se principalmente como as mídias podem auxiliar na promoção de um conjunto mais amplo de opções, escolhas e liberdades.

O sistema de mídias comerciais prevalecente merece especial atenção, pois os anúncios publicitários continuam sendo sua principal fonte de receitas. Como as organizações de mídia podem manter sua independência e a confiança do público e ao mesmo tempo ser viáveis (lucrativas) e sustentáveis (em termos de operações)? O impacto de atribuir-se uma ênfase exagerada sobre cada fator deve ser considerado.

Este módulo termina de forma otimista, com uma discussão sobre as mídias alternativas, especialmente nas comunidades pequenas, operando no panorama global das mídias de hoje. O crescente número de veículos de mídia de notícias também é discutido, pois esses veículos oferecem alternativas ao domínio de alguns poucos atores, incluindo os sítios *online* de notícias. Mídias comunitárias podem ser instaladas em escolas, comunidades, locais de trabalho etc. e são também alternativas aos principais veículos de comunicação. Esses “pequenos” canais de mídia promovem o direito à informação e dão voz às pessoas e às populações locais.

UNIDADES

1. A propriedade das mídias na atual aldeia global
2. Dimensões socioculturais e políticas das mídias globalizadas
3. A transformação da informação em mercadoria
4. A ascensão das mídias alternativas

UNIDADE 1: A PROPRIEDADE DAS MÍDIAS NA ATUAL ALDEIA GLOBAL

► **DURAÇÃO:** 2 horas

PRINCIPAIS TÓPICOS

- Economia global, comércio eletrônico e propriedade das mídias
- Padrões de comunicação, propriedade e controle das mídias
- Mídias privadas (comerciais), mídias estatais e organizações públicas de mídia, por exemplo, sistemas públicos de transmissão
- Mídias comunitárias
- Convergência tecnológica (mídias de massa, telecomunicações e computadores) e a emergência dos conglomerados de mídia
- Pluralismo e concentração (por exemplo, cadeias de mídia e propriedade cruzada)
- Aquisições, fusões, participações societárias e consórcios
- Transnacionalização (corporações globais de mídia)
- Protocolos internacionais e nacionais sobre a propriedade das mídias
- Leis antitruste
- Limitações à propriedade por atores estrangeiros
- Outras políticas e outros mecanismos regulatórios
- Propriedade das mídias, desenvolvimento e programação de conteúdos
- Conteúdos estrangeiros *versus* conteúdos locais
- *Outsourcing* (terceirização de mão de obra), *offshoring* (transferência de atividades para países onde a mão de obra é mais barata) e *home sourcing* (contratação de funcionários que trabalham de suas casas)
- Tensões entre independência editorial e interesses de propriedade

163

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Após completar esta unidade, os professores estarão em condições de realizar as atividades listadas a seguir:

- descrever os diferentes padrões de propriedade e controle das mídias;
- discutir o funcionamento da economia global e a emergência de novas tecnologias, e como afetam as estruturas e os padrões de propriedade das mídias;
- avaliar como a propriedade e o controle das mídias afetam as políticas públicas, os processos, os conteúdos e a transmissão de mídia;
- demonstrar como a convergência das mídias facilita novas abordagens de conteúdo (editorial) e de desenvolvimento (por exemplo, *outsourcing*, *offshoring* e *homesourcing*);
- entender como as atuais convenções internacionais e leis/políticas nacionais determinam ou regulam a estrutura de propriedade das mídias.

ABORDAGENS E ATIVIDADES PEDAGÓGICAS

Assim como o controle estatal, também o monopólio das mídias pode tornar-se uma ameaça significativa à diversidade e ao pluralismo na mídia e, conseqüentemente, à liberdade de expressão. A regulação sobre a competição é uma importante ferramenta de restrição dos monopólios, assim como o são o profissionalismo e a independência do jornalismo. A diversidade de pontos de vista também é assegurada por uma série de formas de propriedade (pública, privada e sem fins lucrativos) e pela disponibilidade de diferentes tipos de mídias (impresas, rádio, televisão, internet etc.).

Para discussão: a disseminação mais ampla possível de informações a partir de fontes distintas e antagônicas é essencial para o bem-estar das pessoas. Os jornais e as emissoras de diferentes proprietários geralmente criticam-se uns aos outros e aos seus conteúdos, enquanto que a concentração das mídias em um só proprietário pode impedir qualquer tipo de crítica mútua e resultar, em vez disso, em autopromoção.

ESTUDOS DE CASO

Usar reportagens sobre a influência dos interesses políticos e econômicos dos proprietários das mídias na cobertura de notícias sobre determinadas questões (ver o Módulo 2, Unidades 2 e 3, para uma contextualização sobre os valores das notícias e sobre o processo de desenvolvimento de notícias). Identificar os fatores que determinam o nível de influência ou controle.

164

ANÁLISE DE CONTEXTO

Identifique uma questão nacional amplamente discutida pelos principais canais de televisão (privados, governamentais ou públicos) e compare e contraste os ângulos (ou seja, os pontos de vista e as perspectivas específicas) e o tratamento (ou seja, a transmissão e a manipulação) das notícias (ver o Módulo 2, Unidades 2 e 3, para uma contextualização sobre os valores os processos de desenvolvimento de notícias).

Faça uma revisão das políticas editoriais de publicações escolares em diferentes ambientes (sectário *versus* não sectário, privado *versus* público, e estatal *versus* municipal) e descubra como a propriedade das mídias afeta a administração das publicações, os conteúdos editoriais etc.

Faça uma análise da cobertura da CNN e da Al Jazeera sobre determinado tópico em um dia específico, comparando e contrastando os ângulos e o tratamento das notícias.

PROJETO DE PESQUISA

Realize uma pesquisa sobre os proprietários registrados das grandes organizações de mídia (conforme descritos por uma agência governamental relevante) e investigue as ligações com outros negócios e interesses políticos, caso existam. Os resultados podem ser apresentados em uma tabela.³⁶

36 NT: Para realizar esta pesquisa no Brasil, uma fonte útil é o site <www.donosdamidia.com.br>.

RECOMENDAÇÕES PARA AVALIAÇÃO

- Artigo sobre a propriedade e o controle das mídias
- Participação em estudos de caso
- Produção textual a partir de exercícios de análise de contexto

TÓPICOS PARA CONSIDERAÇÃO FUTURA

A emergência de indústrias criativas ligadas à mídia

- Desenvolvimento de jogos (programas interativos de entretenimento)
- Publicações eletrônicas
- Filmes, vídeos e fotografia
- Programas e serviços de computador
- Outros

UNIDADE 2: DIMENSÕES SOCIOCULTURAIS E POLÍTICAS DAS MÍDIAS GLOBALIZADAS

165

► **DURAÇÃO:** 3 horas

PRINCIPAIS TÓPICOS

- Dimensões socioculturais das mídias globais
 - Mídia e cultura popular
 - Estereótipos culturais, preconceitos e tendências
 - Percepção da ameaça de homogeneização cultural
 - Promessa de diversidade cultural e pluralismo
 - Mídia, tolerância cultural, compreensão e cidadania global
- Impactos políticos da mídia
 - O provimento de mecanismos para um fluxo de mão dupla de informações (por exemplo, Norte-Sul, Sul-Sul)
 - As mídias como plataformas de ampliação da esfera pública (discurso democrático)
 - As mídias como mecanismos de mobilização política e social
 - O poder das mídias em moldar a opinião e a agenda públicas
 - A promoção da boa governança por meio da transparência e da prestação de contas públicas

- As mídias e as comunidades migrantes
- Como as mídias globais e a convergência tecnológica atendem às necessidades das comunidades migrantes
- Estudos de caso de canais de mídia de comunidades migrantes/da diáspora

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Após completar esta unidade, os professores estarão em condições de realizar as seguintes atividades:

- explicar e ilustrar como as mídias influenciam ou determinam a cultura popular;
- explicar a dinâmica daquilo que é visto como um processo contrário à homogeneização cultural;
- analisar como as mídias podem ampliar ou estreitar a esfera pública, democratizar o acesso e promover a participação política;
- discutir como as mídias globais (por exemplo, televisão via satélite e a cabo, internet) podem atender às necessidades informacionais de comunidades migrantes.

ABORDAGENS E ATIVIDADES PEDAGÓGICAS

166

ANÁLISE DE TEXTOS DE DIVERSOS TIPOS DE MÍDIA

Discuta como as mídias influenciam ou determinam a cultura popular. Examine se as mídias estão promovendo a homogeneização ou a diversidade na nova cultura do entretenimento.

Analise o texto de uma música popular de autoria de algum ícone *pop* ocidental ou local. Identifique os valores culturais embutidos na letra da canção e faça uma crítica de quão apropriados ou desejáveis são esses valores para o contexto local.

Assista a um documentário ou filme que retrate determinados grupos religiosos, culturais ou étnicos. Identifique as imagens ou palavras usadas nos diálogos que criam ou reforçam imagens estereotipadas do grupo. Identifique elementos que refletem vieses e preconceitos.

ANÁLISE DE CONTEXTO

Realize um levantamento aleatório entre estudantes de educação primária (do ensino fundamental no Brasil) de seus heróis e ídolos contemporâneos e dos motivos de sua escolha. Após sistematizar os resultados do levantamento, analise os seus resultados com base no seguinte:

- (a) número de heróis e ídolos estrangeiros e locais;
- (b) possíveis motivos para sua escolha (por exemplo, a exposição das crianças a esses heróis e ídolos pela mídia);
- (c) valores exemplificados pelos heróis e ídolos selecionados nas diversas mídias.

Leia diversas edições de uma publicação ou assista a programas de mídia direcionados a trabalhadores migrantes na comunidade. Identifique os tópicos ou temas comuns discutidos na publicação. Verifique se as questões relacionadas ao país anfitrião ou adotado e a seus países de origem são representadas adequadamente.

ESTUDOS DE CASO

Visite um *site* da internet ou outra página *online*, como um *blog*, uma rede social ou um vídeo *online* postado por uma organização internacional ativista (por exemplo, WWF, *Plan Internacional* etc.) dedicada a uma questão transnacional, como o meio ambiente e o desenvolvimento sustentável, os direitos humanos etc. Analise como o diálogo e a construção de consenso são promovidos pelos meios interativos entre os cidadãos globais que visitam o *site*.

ABORDAGEM/PESQUISA INVESTIGATIVA

Os professores entrevistam membros de uma comunidade migrante sobre os seguintes pontos:

- (a) as mídias de massa usadas por eles para manterem-se informados sobre as notícias e as atualidades de seu país de origem;
- (b) as percepções sobre como as notícias internacionais apresentam as questões e os eventos sociopolíticos do seu país em termos de precisão, coerência, integralidade etc.;
- (c) impacto psicossocial ao ter acesso às notícias e às informações do país de origem.

167

RECOMENDAÇÕES PARA AVALIAÇÃO

- Relatório de pesquisa
- Produção textual sobre os resultados dos exercícios de análise de texto/contexto e estudos de caso
- Participação nas discussões em sala de aula e em outras atividades de aprendizagem em grupo

TÓPICOS PARA CONSIDERAÇÃO FUTURA

- Questões de gênero, raça e etnia na cobertura das principais corporações, das mídias alternativas e das novas mídias
- Sexo e violência nas mídias e na sociedade
- Privacidade e *sociedade de exposição pública*
- O enfraquecimento dos Estados-nação e a emergência dos atores *supranacionais* (novos focos globais de soberania, como o Banco Mundial e a OMC)

UNIDADE 3: A TRANSFORMAÇÃO DA INFORMAÇÃO EM MERCADORIA

► **DURAÇÃO:** 2 horas e 30 minutos

PRINCIPAIS TÓPICOS

- A informação como um produto social (público) e uma mercadoria
 - A publicidade como a força vital das mídias comerciais
 - As avaliações e as estatísticas de circulação como índices para os produtos e serviços na mídia
 - A ameaça da cultura do consumismo (necessidades do público *versus* vontades e desejos)
- Estratégias e abordagens na transformação da informação em mercadoria
- Direitos de propriedade intelectual e informação de domínio público
 - Direitos autorais e outros direitos de propriedade da informação
 - Informações de domínio público
 - Programas livres e de código aberto (e a *Creative Commons*³⁷)

168

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Após completar esta unidade, os professores estarão em condições de realizar as seguintes atividades:

- definir o processo de transformação da informação em mercadoria;
- reconhecer as diferentes estratégias e abordagens na transformação da informação em mercadoria;
- explicar como as mídias alimentam uma cultura de consumismo, ou mais especificamente como as mensagens de mídia criam necessidades, vontades e desejos para ideias, produtos e serviços comerciais;
- distinguir entre direitos de propriedade de informação e informação de domínio público, e analisar o uso da informação de domínio público para promover o acesso universal à informação em prol do bem comum.

ABORDAGENS E ATIVIDADES PEDAGÓGICAS

ANÁLISE DE CONTEXTO

Durante pelo menos dois ou três dias, faça uma análise da seção de negócios de um importante jornal ou canal de notícias. Diariamente, nessa mesma seção, observe a

37 Disponível em: <<http://creativecommons.org>>.

proporção de reportagens sobre corporações privadas em relação ao número total de reportagens. As reportagens também podem ser classificadas como *boas notícias*, *más notícias* ou *notícias neutras* em relação às corporações.

ABORDAGEM / PESQUISA INVESTIGATIVA

Os professores entrevistam pelo menos dez alunos de escola primária (do ensino fundamental no Brasil) e perguntam a eles se preferem uma marca específica de um determinado produto. Os professores participantes fazem a sistematização das respostas dos entrevistados e comparam as principais respostas com os anúncios dos produtos preferidos.

ARTIGO SOBRE DIREITOS DE PROPRIEDADE INTELECTUAL (DPIS)

Os professores exploram as diversas dimensões dos direitos de propriedade intelectual (DPis) e suas implicações para o acesso universal à informação. O texto pode tratar da contextualização histórica dos DPis, de suas vantagens e desvantagens, de casos específicos de problemas que surgem dos DPis, das questões dos países em desenvolvimento em relação aos DPis etc.

REFLEXÃO

Os professores obtêm a cópia mais recente das estatísticas e das avaliações auditadas sobre a circulação de jornais ou estações de televisão nacionais. Em seguida, os professores em formação refletem sobre o conteúdo editorial ou o estilo de programação do jornal líder em circulação ou da estação de televisão com a avaliação mais alta e redigem um texto sobre o que aprenderam com o exercício.

169

RECOMENDAÇÕES PARA AVALIAÇÃO

- Produção textual sobre os resultados das análises de texto e contexto, exercícios e pesquisas
- Estudos de caso / relatórios de pesquisa
- Participação nas discussões em sala de aula e em outras atividades de aprendizagem em grupo

TÓPICOS PARA CONSIDERAÇÃO FUTURA

- A sociedade da informação e do conhecimento
- A fronteira digital e do conhecimento
- Questões sobre o acesso universal à informação: os DPis e a informação de domínio público

UNIDADE 4: A ASCENSÃO DAS MÍDIAS ALTERNATIVAS

► **DURAÇÃO:** 2 horas e 30 minutos

PRINCIPAIS TÓPICOS

- Mídias alternativas: por que elas emergiram?
 - Credibilidade pública das principais corporações de mídia
 - O advento das tecnologias de informação e comunicação
 - Mudanças de hábitos de mídia e preferências de consumo
- Definição das mídias alternativas (em contraste à grande mídia)
- A propriedade e o controle das mídias alternativas (ou seja, a democratização da propriedade e do controle)
- Públicos das mídias alternativas: diferentes setores (mulheres, jovens, crianças, trabalhadores etc.), grupos marginalizados (comunidades culturais, migrantes etc.) etc.
- Conteúdos das mídias alternativas (por exemplo, questões e preocupações comunitárias de desenvolvimento setorial)
- Processos jornalísticos em mídias alternativas (por exemplo, perspectivas comunitárias, abordagens participativas e interativas)
- O papel das mídias alternativas na sociedade (por exemplo, transparência, diversidade e liberdade de expressão)
- Planejamento, gerenciamento e sustentabilidade de um meio alternativo de comunicação em diferentes contextos
 - As mídias alternativas no ambiente escolar
 - As mídias alternativas em uma comunidade
 - Modelos de receita financeira para mídias alternativas

170

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Após completar esta unidade, os professores estarão em condições de executar as atividades a seguir:

- definir mídias alternativas – sua justificativa, características e aplicações;
- analisar exemplos de mídias alternativas usando diversos formatos – impressos, eletrônicos e de radiodifusão;
- descrever os processos editoriais envolvidos (incluindo o planejamento, a produção e a distribuição) que distinguem as mídias alternativas da grande mídia;
- avaliar o impacto das mídias alternativas em comunidades específicas (incluindo as comunidades virtuais), particularmente na cobertura de questões e preocupações de públicos marginalizados e ao dar voz a esses públicos;
- planejar a criação de mídias alternativas para uma comunidade ou um contexto escolar.

ESTUDOS DE CASO

Os professores leem estudos de caso das principais mídias alternativas (algumas delas, disponíveis *online*) e listam as melhores práticas no planejamento e na administração de mídias alternativas, em particular no que se refere às seguintes áreas:

- planejamento temático (ou seja, a identificação de ideias de histórias);
- geração e localização de fatos;
- processamento e organização de dados e informações;
- envolvimento de atores interessados (públicos) no processo editorial;
- gerenciamento de operações (editoriais e de negócios);
- expansão e manutenção de públicos;
- geração de receitas.

Os professores em formação podem usar as seguintes características como uma lista de indicadores de melhores práticas:

- inovadora;
- criativa;
- local;
- eficaz;
- eficiente;
- participativa.

VISITA A UMA ORGANIZAÇÃO DE MÍDIA ALTERNATIVA / IMERSÃO COMUNITÁRIA

Os professores em formação realizam uma visita de campo a uma organização de mídia alternativa; entrevistam editores, administradores e jornalistas; e analisam as políticas e as práticas editoriais e gerenciais em comparação com as da grande mídia. Seu relatório deve incluir como a organização de mídia alternativa realiza as seguintes etapas:

- seleciona notícias;
- seleciona fontes de informação;
- seleciona ângulos (ou seja, promove um ponto de vista específico) e tratamentos (ou seja, relata ou manipula) das notícias;
- gera respostas do público;
- produz receitas de faturamento;
- mensura seu sucesso em termos de avaliações e circulação.

PRODUÇÃO DE MÍDIA

Os professores visitam uma comunidade marginalizada e entrevistam seus líderes e membros para determinar suas necessidades de informações. Em seguida, a equipe produz e faz o *upload* de um vídeo no *YouTube* ou de um arquivo de áudio digital. Podem-se adicionar música ou outros elementos para aumentar seu impacto.

RECOMENDAÇÕES PARA AVALIAÇÃO

- Estudos de caso
- Produção de mídias alternativas
- Produção textual sobre a visita de campo às organizações alternativas de mídia
- Participação nas discussões em sala de aula e outras atividades de aprendizagem em grupo

TÓPICOS PARA CONSIDERAÇÃO FUTURA

- Repórteres e radiodifusão comunitários
- Jornalismo sensível a conflitos/para a paz

FONTES DE INFORMAÇÃO PARA ESTE MÓDULO

- BIRDSALL, W. F. *The Internet and the Ideology of Information Technology*, [s.d.]. Disponível em: <http://www.isoc.org/inet96/proceedings/e3/e3_2.htm>. Acesso em: 2 set. 2009.
- FIDLER, R. *Media Morphosis: understanding new media*. California: Pine Forge Press, 1997.
- GREEN, L. *Communication, Technology, and Society*. London: Sage Publications, 2002.
- HABERMAS, J. *The Structural Transformation of the Public Sphere*. (tradução de, Thomas MacCarthy). Cambridge: Polity Press, 1989.
- HABERMAS, J. Citizenship and National Identity. STEENBERGEN, B.V. (Ed.). *The Condition of Citizenship*. London: Sage Publications, 1994.
- LITTLEJOHN, S. W.; FOSS, K. A. *Theories of Human Communication*. 9.ed. Belmont, California: Thomson Wadsworth, 2008.
- MARRIS, P.; THORNHAM, S. (Eds.). *Media Studies: a reader*. 2.ed. New York: New York University Press, 2002.
- PAVLIK, J. V. *New Media Technology: cultural and commercial perspectives*. 2.ed. Boston, MA: Allyn and Bacon, 1998.
- SERVAES, J. *Approaches to Development: studies on communication for development*. Paris: UNESCO-Communication and Information Sector, 2003.
- STEVENSON, N. *Understanding Media Cultures: social theory and mass communication*. London: Sage Publications, 1995.
- SUSSMAN, G.; LENT, J. (Eds.). *Transnational Communications Wiring the Third World*. Newbury Park, California: Sage Publications, 1991.



MÓDULO 3, UNIDADE 5:

EDIÇÃO DIGITAL E RETOQUES COMPUTACIONAIS

173

► **DURAÇÃO:** 2 horas

PRINCIPAIS TÓPICOS

- Identificação e uso de tecnologias e programas de computador para a manipulação de vídeos e imagens
- Exemplos de uso dessas tecnologias no mundo da moda e da cobertura de notícias
- Benefícios e responsabilidades no uso dessas tecnologias
- O impacto dessas tecnologias na credibilidade do fotojornalismo e na capacidade de os indivíduos acessarem informações autênticas

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Após completar esta unidade, os professores estarão em condições de realizar as seguintes atividades:

- analisar imagens manipuladas e as mensagens e os valores transmitidos;
- examinar o uso de tecnologias de manipulação de imagens no fotojornalismo e na moda;
- usar programas de manipulação de imagens;
- identificar imagens manipuladas e avaliar seu impacto sobre os públicos;
- analisar aspectos éticos da manipulação de imagens.

ABORDAGENS PEDAGÓGICAS

- Comente as afirmações e citações abaixo. Discuta as implicações dessas afirmações para a alfabetização midiática e informacional.
 - Os computadores tornaram os retoques e a recriação total de fotos algo tão rápido e eficiente que os técnicos em fotografia juntaram-se aos engenheiros de vídeo e gravação na confraria dos manipuladores modernos, sendo capazes de reconstituir fragmentos da realidade para alcançar qualquer efeito desejado (Marshall Blonsky).
 - Se olharmos para a década de 1990, especialmente para o ano de 1992, nos surpreenderemos em ver como o vídeo de um policial espancando um cidadão pôde levar Los Angeles a um motim. A idade da inocência para as câmeras de vídeo desaparece à medida que adolescentes criativos manipulam rotineiramente as mais prosaicas imagens até tornarem-se ficções vívidas e altamente convincentes. Montagens inteligentes de comerciais e de notícias tornar-se-ão uma elevada forma de arte. Já não confiaremos mais em nossos olhos ao observarmos a realidade por meio dos vídeos e precisaremos buscar os indicadores externos de confiabilidade. Disponível em: <www.saffo.com/essays/texthotnewmedium.php>.
 - A manipulação de imagens e vídeos tem sérias implicações na precisão das informações e é inaceitável nas mídias de notícias. As imagens manipuladas não devem ser usadas em reportagens ou em qualquer situação jurídica para valer como evidência.
 - “Eu tenho tanta liberdade para trabalhar com imagens fotográficas quanto os ilustradores tiveram ao longo de séculos. Já não sou impedido pelas leis da física nem pela realidade” (Barry Blackman, fotógrafo e profissional de retoques computacionais).
- Pesquise as tecnologias de retoques e manipulação de vídeos atualmente disponíveis. Descreva os tipos de modificações que essas tecnologias possibilitam.
- Com base na sua pesquisa, identifique e descreva exemplos nos quais essas tecnologias foram utilizadas no mundo da moda e da cobertura de notícias. Explore a controvérsia em torno do uso dessas tecnologias para pessoas que trabalham na indústria da moda e de notícias.
- Discuta em que medida o conhecimento dessas tecnologias afeta a maneira como as pessoas reagem às imagens dos editoriais de moda e do fotojornalismo. Descreva os benefícios e as responsabilidades dessas tecnologias para as pessoas e os eventos descritos, e para os públicos que assistem a essas imagens.
- Se possível, acesse um programa disponível de manipulação de imagens. Passe uma fotografia no *scanner* e faça experiências com esse programa. Descreva os tipos de mudanças possíveis na fotografia. Explique o efeito dessas mudanças sobre o impacto ou o significado da fotografia³⁸.

RECOMENDAÇÕES PARA AVALIAÇÃO

- Análise de exemplos atuais de imagens manipuladas de mídias impressas e eletrônicas
- Participação em estudos de caso de fotojornalismo e fotografia de moda
- Participação em exercícios de produção

38 NT: Esse exercício pode ser feito com ferramentas *Web 2.0* gratuitas de edição de fotografia. Alguns exemplos estão disponíveis em: <<http://fotoflexer.com/>>; <<http://www.phixr.com/>>; <<http://www.photoshop.com/home>>..



MÓDULO 4, UNIDADE 4: PLANOS E ÂNGULOS DE CÂMERA – A TRANSMISSÃO DE SIGNIFICADOS

175

► **DURAÇÃO:** 2 horas

PRINCIPAIS TÓPICOS

- Explorar e analisar os planos e os ângulos de câmera nos textos de mídia
- Desenvolver uma lista de planos para o trabalho de filmagem

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Após completar esta unidade, os professores estarão em condições de executar as seguintes atividades:

- identificar e analisar o uso de planos e ângulos de câmeras em uma série de textos midiáticos;
- analisar o efeito de planos e ângulos específicos sobre as mensagens transmitidas e sobre os públicos;

- Selecionar o trabalho apropriado de câmera para registrar um evento, como uma manifestação ou um debate político, um festival ou uma comemoração local.

ABORDAGENS E ATIVIDADES PEDAGÓGICAS

- Pesquise as mídias e encontre exemplos de textos midiáticos que utilizem eficientemente um ou mais planos ou ângulos de câmera listados ao final deste módulo. Analise fotografias de jornais, cobertura de notícias da televisão, clipes de filmes ou clipes de programas de televisão. Descreva o significado transmitido por meio das “linguagens” de câmera usadas em cada texto.
- Selecione uma imagem congelada ou uma fotografia, um clipe de um programa de televisão ou de uma cobertura de notícias. Analise-os atentamente. Descreva como o objeto é posicionado na foto ou no vídeo. Que impressão é transmitida como resultado? Descreva como o público está posicionado em relação ao objeto. Se você tivesse que substituir um ângulo ou um plano de câmera diferente, como isso poderia modificar o significado transmitido por meio da foto ou da filmagem?
- Imagine que você é um operador de câmera ou um fotógrafo cobrindo uma passeata política, um festival ou uma comemoração local. Quais ângulos de câmera e tipos de planos você escolheria para usar na sua cobertura? Por quê? Desenvolva uma relação de planos para a cobertura do evento. Como esse trabalho de câmera ajudaria a transmitir as informações necessárias e a impressão desejada do evento?

PLANOS E ÂNGULOS DE CÂMERA

— TIPOS DE PLANOS

Abreviação | significado | descrição | efeito

PP – plano próximo (*close up*) de olhos/rosto: agressão, desconforto

PD – plano em detalhe da cabeça/reação: intimidade

CO – cabeça e ombros: 2-3 pessoas

PM – plano médio: até a cintura, 2-3 pessoas

PML – plano médio-longo: visão normal de corpo inteiro

PL – plano longo: mostra ambiente, visão normal

PEL – plano extremamente longo: casa, a ambientação das cenas

PG – plano geral: cidade, a determinação do local

— ÂNGULOS DE CÂMERA

Inferior: a câmera olha para cima – a personagem parece grande – cria uma impressão de poder.

Normal ou frontal: a câmera está posicionada na altura do olhar da personagem, que parece igual ao espectador. O espectador sente-se igual à personagem e pode, até mesmo, identificar-se com ela.

Superior: a câmera olha para baixo – a personagem parece pequena e isso cria uma impressão de fraqueza.

— TERMOS USADOS EM RELAÇÃO AOS FILMES

Frame: uma única foto ou imagem congelada.

Plano: as imagens filmadas do momento em que inicia a tomada da câmera até o momento em que termina, sem cortes.

Sequência: uma série de planos sobre o mesmo objeto.

Corte: a finalização de um plano / o início abrupto de um novo plano; cria a impressão de lugares diferentes, em ação ao mesmo tempo.

Fade in: aumento da luminosidade, de preto a mais claro / **Fade out:** redução da luminosidade até o escurecimento da imagem: sugere passagem do tempo e mudança de lugar.

Pan: a câmera move-se da direita para a esquerda, ou da esquerda para a direita ao longo da cena, passando de um objeto a outro – esse recurso pode ser usado para criar uma atmosfera de suspense.

Zoom in: a câmera move-se em direção ao objeto; **Zoom out:** a câmera distancia-se do objeto.

Tilt: a câmera move-se verticalmente, para cima ou para baixo.

Adaptado de "Mass Media and Popular Culture Resource Binder". Publicado em Toronto por Harcourt Brace & Company Canada.

RECOMENDAÇÕES PARA AVALIAÇÃO

- Identificação do trabalho de câmera em uma série de textos de mídia
- Análise de imagens congeladas, fotografias ou filmagens de notícias para códigos simbólicos e técnicos
- Delineamento do trabalho de câmera na cobertura de uma passeata ou comemoração



MÓDULO 5, UNIDADE 5: A PUBLICIDADE TRANSNACIONAL E AS “SUPERMARCAS”

179

► **DURAÇÃO:** 2 horas

PRINCIPAIS TÓPICOS

- O apelo das “supermarcas”
- Estratégias usadas na criação de supermarcas
- A eficácia dos exemplos atuais de gestão de marcas (*branding*) ao veicular uma mensagem e atingir o público-alvo
- Principais temas e mensagens veiculados nas campanhas publicitárias globais

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Após completar esta unidade, os professores estarão em condições de realizar as seguintes atividades:

- analisar e avaliar as estratégias de gestão de marcas e sua eficácia;
- examinar o impacto da gestão de marcas sobre as comunidades locais e globais;
- analisar as mensagens e os valores transmitidos por meio de estratégias específicas de gestão de marcas;
- examinar o papel das novas tecnologias no trabalho de gestão de marcas em nível local e global.

ABORDAGENS E ATIVIDADES PEDAGÓGICAS

- “A estratégia global de *marketing* é tão eficaz que uma subversão consciente é quase desnecessária. A mensagem ‘nós lhe venderemos uma cultura’ resulta em uma campanha publicitária global, uma única mensagem publicitária utilizada em todos os países onde um produto é produzido ou distribuído. A publicidade em escala global é mais econômica e mais eficiente, embora possa ir de encontro às condições locais” (JANUS, Noreene. Advertising and Global Culture. *Cultural Survival Quarterly*, 1983).
- Realize uma pesquisa *online* para determinar as estratégias de *marketing* utilizadas por corporações transnacionais. Visite o *site* <www.adage.com>, da publicação industrial “Advertising Age”. Identifique as diversas estratégias utilizadas pelas grandes corporações para promover seus produtos e “vender” uma cultura. Discuta o que está – direta ou indiretamente – implícito em cultura tradicional *versus* cultura contemporânea.
- Visite o *site* de uma corporação transnacional e selecione um de seus anúncios para uma análise mais minuciosa. Identifique os elementos desse anúncio que o tornam atraente. Considere o uso de causas e do apelo emocional. Se possível, compare esse anúncio com outro do mesmo produto direcionado a uma região ou mercado diferente. Identifique a forma como cada anúncio é construído para seu mercado-alvo. Explore em que medida uma pessoa consegue entender o anúncio, mesmo que este tenha sido feito em uma língua estrangeira (considere o que poderia tornar o anúncio, ou suas imagens, *universal*).
 - Muitos críticos dizem que anúncios transnacionais estão envolvidos na “venda” de uma cultura. Analise como essa “venda” é realizada. Identifique as mensagens e os valores transmitidos.
 - Crie um plano de anúncio para um produto ou serviço típico de uma comunidade ou região específica. Identifique e explique as estratégias técnicas e criativas que seriam mais eficazes para alcançar esse público. Explique como suas ideias diferem-se das ideias desenvolvidas pelas agências publicitárias norte-americanas ou europeias com vistas ao mesmo mercado.
- “Como uma importante característica da cultura transnacional é seu alcance e sua velocidade de transmissão, os sistemas de comunicação e informação desempenham um importante papel, permitindo que uma mensagem seja distribuída globalmente por meio de séries de televisão, notícias, revistas, desenhos e filmes” (JANUS, Noreene. Advertising and Global Culture. *Cultural Survival Quarterly*, 1983) – e, talvez de maneira ainda mais importante nos dias de hoje, pela internet.
 - Pesquise exemplos atuais de comerciais que ilustram o poderoso papel da tecnologia na comunicações e na disseminação das mensagens dos anunciantes. Explique como a tecnologia está sendo usada e que efeitos ela busca alcançar.
- Com base nessa pesquisa, desenvolva um plano de *marketing* para promover um produto fictício em um mercado internacional. Identifique os públicos-alvo. Explique as estratégias que seriam mais eficazes para alcançar esse público. Explore como as novas tecnologias possibilitam isso.
 - Analise exemplos de gestão de marcas na sua comunidade local. Explique os elementos que contribuem para o desenvolvimento de uma marca eficaz. Avalie em que medida o exemplo é eficaz em estabelecer o reconhecimento de uma marca, em comunicar seu significado e alcançar um público-alvo.

RECOMENDAÇÕES PARA AVALIAÇÃO

- Análise de exemplos e estratégias atuais de publicidade
- Pesquisa *online*
- Criação de esboços de campanhas publicitárias

GLOSSÁRIO

Abordagem centrada no aprendiz

Abordagem de educação que posiciona o aprendiz no centro do processo de aprendizagem. Com base nessa abordagem, as necessidades e as aspirações dos indivíduos são colocadas no centro de qualquer processo ou programa de aprendizagem, enfocando especialmente as experiências que esse processo ou programa traz para a situação de aprendizagem. Inclui a noção de participação e valoriza a contribuição do aprendiz à comunidade de aprendizagem.

Aldeia global

Essa expressão foi mencionada pela primeira vez por Marshall McLuhan em seu livro “A Galáxia de Gutenberg” e descreve como o globo transformou-se em uma aldeia por meio das tecnologias eletrônicas e pelo movimento instantâneo e simultâneo de informações de qualquer parte para qualquer outro lugar. Passou a ser identificada com a internet e com a rede mundial de computadores (ver o verbete *World Wide Web* neste glossário).

Alfabetização digital

A habilidade de usar tecnologias digitais, ferramentas de comunicação ou redes para localizar, avaliar, usar e criar informações. Também se refere à capacidade de entender e usar as informações em múltiplos formatos a partir de diversas fontes, apresentadas por computador, ou à capacidade de uma pessoa efetivamente desempenhar tarefas em um ambiente digital. A alfabetização digital inclui a habilidade de ler e interpretar as mídias, reproduzir dados e imagens pela manipulação digital e avaliar e aplicar novos conhecimentos obtidos a partir de ambientes digitais.

Alfabetização informacional

A expressão refere-se à habilidade de reconhecer quando as informações são necessárias e como localizar, avaliar, utilizar de forma eficaz e comunicar informações em seus diversos formatos.

Alfabetização midiática

A compreensão e o uso das *mídias de massa* de maneira incisiva ou não, incluindo um entendimento bem informado e crítico das mídias, das técnicas que elas empregam e dos seus efeitos. Também inclui a capacidade de ler, analisar, avaliar e produzir a comunicação em uma série de formatos de mídias (por exemplo, televisão, mídias impressas, rádio, computadores etc.). Pode ainda ser compreendida como a capacidade de decodificar, analisar, avaliar e produzir comunicações de diversas formas.

AMI

Sigla de *alfabetização midiática e informacional*, que se refere às competências essenciais (conhecimentos, habilidades e atitudes) que permitem que os cidadãos engajem-se junto às mídias e outros provedores de informação de maneira efetiva, desenvolvendo o pensamento crítico e a aprendizagem continuada de habilidades, a fim de socializarem-se e de tornarem-se cidadãos ativos.

Análise de contexto

Abordagem pedagógica no ensino da AMI que focaliza o estudo e a análise do contexto técnico, narrativo e situacional dos textos de mídia.

Anúncio de utilidade pública

Tipo de publicidade que aborda algum aspecto do interesse público, em vez de divulgar um produto ou uma marca.

Aplicativo (APP)³⁹

Application softwares ou aplicativos, em português, são programas de computador desenhados para ajudar o usuário a realizar tarefas específicas, em contraste com os *softwares*, feitos para realizar tarefas mais genéricas. Assim, por exemplo, um editor de texto é um *software*, e um programa que ajuda o usuário a adaptar um texto às novas normas ortográficas da língua portuguesa é um aplicativo.

Aprendizagem cinestésica

Refere-se a uma abordagem de aprendizagem que envolve atividade física, em lugar de, por exemplo, assistir a uma aula expositiva.

Aprendizagem visual

Estilo de aprendizagem baseada no processamento de imagens ou na observação de demonstrações.

Aprendizagem auditiva

A aprendizagem por meio da escuta – por vezes, agrupada com a aprendizagem visual e a cinestésica como um dos três diferentes tipos de aprendizagem.

Aprendizagem continuada

A aprendizagem continuada está ligada à ideia de educação centrada no aprendiz. Ela reconhece que a vida não “começa” nem “termina” após um programa de formação que ocorre em um tempo e um espaço específicos. Todo o sujeito está aprendendo constantemente, o que torna as mídias e as tecnologias de informação vitais para sustentar esse tipo de aprendizagem. O desenvolvimento da alfabetização midiática e informacional não é restrito simplesmente à conclusão de um programa: estende-se para além dos contextos de educação formal. Ocorre em diversos ambientes (locais de trabalho, atividades comunitárias, ambientes de educação informal etc.).

Arquétipo

Um modelo ou forma ideal de uma pessoa ou objeto usado para representar possíveis versões daquela pessoa ou objeto.

39 NT: Este verbete foi incluído na versão desta obra em língua portuguesa, não constando no original em inglês.

Arquivos de áudio digital (podcasts)

Arquivos de áudio que são lançados periodicamente e podem ser ouvidos em aparelhos como computadores e *smartphones*.

Autorregulação

Regras impostas por atores políticos ou econômicos sobre si mesmos. Para as mídias, a autorregulação implica o respeito pelos códigos de ética e códigos de prática, livre de interferências por qualquer fonte ou instituição governamental.

Blog

Um *site*, normalmente mantido por uma só pessoa, no qual são postados comentários, descrições de eventos, imagens ou vídeos. Outros usuários podem deixar comentários sobre as postagens do *blog*, mas apenas o proprietário pode editá-lo. Os *blogs* são normalmente mencionados como *diários on line*.

Bloqueio (blocking)

Refere-se a uma maneira técnica de impedir o acesso a conteúdos digitais por meio da obstrução do acesso ao endereço eletrônico de um conteúdo informacional – Localizador Padrão de Fontes (na língua inglesa, *Uniform Resource Locator* – URL. Veja *World Wide Web* neste glossário).

Cidadania (ativa)

Pertencimento a uma comunidade (política, nacional ou social). A cidadania é normalmente entendida como um *status* que inclui um conjunto de direitos (por exemplo, os direitos ao voto e ao acesso à assistência estatal) e responsabilidades (por exemplo, a participação). A *cidadania ativa* é a filosofia segundo a qual os cidadãos devem trabalhar pelo aprimoramento de suas comunidades por meio da participação econômica, do trabalho público e voluntário e de outros esforços semelhantes em prol da melhoria da vida de todos os cidadãos.

Cidadania / Responsabilidade cívica

A condição de membro de uma comunidade social, política ou nacional específica. O *status* da cidadania, na teoria do contrato social, implica tanto direitos quanto responsabilidades.

Código de ética / código de prática / código de diversidade

O conjunto de princípios de conduta para jornalistas, que descreve o comportamento adequado para se alcançar os mais altos padrões profissionais. Exemplos de tais códigos foram estabelecidos pela Federação Internacional de Jornalistas (*International Federation of Journalists* – IFJ). Ainda que existam diferenças entre os diversos códigos existentes, a maioria deles compartilha princípios comuns, incluindo os princípios de veracidade, precisão, objetividade, imparcialidade, justiça e prestação pública de contas, que se aplicam à busca de informação digna de ser notícia e à subsequente disseminação ao público.

Comunicação

Um processo pelo qual a informação é sintetizada, canalizada e transmitida de um emissor a um receptor por algum meio. Todas as formas de comunicação requerem um emissor, uma mensagem e um receptor ao qual ela se destina. Porém, para que o ato da comunicação aconteça, o receptor não precisa estar presente ou consciente da intenção do emissor em comunicar no momento da comunicação.

Conhecimento

O fato ou a condição de ter informações ou de estar informado.

Conteúdos de mídia

As notícias produzidas e transmitidas ao público.

Conteúdo gerado pelo usuário

Também conhecido como *mídia gerada pelo consumidor*, criada refere-se aos diversos tipos de conteúdos de mídia publicamente disponíveis que podem ser produzidos pelos usuários das mídias digitais. Nesses casos, as pessoas que consomem os conteúdos também se tornam seus produtores.

Contexto

Conjunto de fatos e circunstâncias que envolvem um texto de mídia e ajudam a determinar sua interpretação.

Convenção

No contexto da mídia, refere-se a um padrão ou norma que serve como uma regra de conduta.

Convergência

Refere-se à capacidade de transformar diferentes tipos de informações, seja em formato de voz, som, imagem ou texto, em código digital, que passa a ser então acessível por uma série de aparelhos, desde o computador pessoal ao telefone celular, criando assim um ambiente de comunicação digital.

Creative Commons

Modelo alternativo de gestão dos direitos autorais que permite aos autores de conteúdo multimídia (músicos, cineastas, escritores, fotógrafos, blogueiros, produtores de *softwares* e aplicativos, jornalistas) definir as formas de apropriação da sua obra. Assim, o autor pode permitir ou não uso comercial, bem como modificações em seu trabalho original.

Crowdsourcing

Termo ainda sem tradução para o português, usado para descrever uma forma de trabalho colaborativo que surgiu com o desenvolvimento das redes sociais. Produções em *crowdsourcing* são descentralizadas e realizadas através de um convite aberto, podendo reunir milhares de pessoas, engajadas na concretização de um objetivo comum. Por exemplo, tem-se o filme *Life in a Day*, produzido pelo diretor inglês Ridley Scott com a colaboração de usuários do *YouTube*, que gravaram cenas de suas vidas no dia 24 de julho de 2010.

Cultura

Um sistema simbólico aprendido e compartilhado de valores, crenças e atitudes, capaz de moldar e influenciar a percepção e o comportamento – um *mapa mental* ou *código mental* abstrato. Também se refere a um padrão integrado de conhecimentos, crenças e comportamentos humanos, que depende da capacidade de pensamento simbólico e aprendizagem social.

Cultura popular

A totalidade de ideias, perspectivas, atitudes, temas, imagens e outros fenômenos que são preferidos por um consenso informal nas manifestações mais presentes de uma determinada cultura, especialmente a cultura ocidental do início a meados do século XX e as manifestações globais mais recorrentes que surgiram no final do século XX e início do século XXI.

Currículo

Um conjunto de cursos cujos conteúdos encadeados expressam uma sequência para um percurso de aprendizagem.

Democracia

Um sistema de governo no qual as pessoas têm a autoridade final, que elas exercem direta ou indiretamente via representantes eleitos por meio de um sistema eleitoral livre. Também implica a liberdade para exercitar escolhas sobre as decisões que afetam a vida do indivíduo e a proteção dos direitos e das garantias fundamentais.

Direitos autorais

Uma série de direitos atribuídos ao autor ou criador de uma obra, com vistas a restringir a capacidade de outras pessoas copiarem, redistribuírem e remodelarem seu conteúdo. Os direitos são frequentemente atribuídos às empresas que patrocinam a obra, em vez de ficarem com seus próprios autores, e podem ser comprados ou vendidos.

Direitos humanos

Um conjunto de garantias e proteções consideradas necessárias para salvaguardar a dignidade e o valor essencial de um ser humano. Esses direitos são normalmente descritos na documentação nacional e internacional que os articula (por exemplo, a Declaração Universal dos Direitos Humanos, a Convenção Europeia sobre os Direitos Humanos, a Convenção sobre os Direitos da Criança etc.). Da mesma forma, referem-se aos direitos dos grupos ou povos, com vistas a proteger especialmente os grupos mais pobres e/ou marginalizados na sociedade.

Discurso

O tratamento de um assunto ou questão (oralmente ou por escrito) discutida detalhadamente.

Diversidade

O respeito genuíno e apreço pela diferença – uma característica central da ideia de pluralismo. As sociedades e os sistemas democráticos protegem e valorizam a diversidade como parte dos direitos humanos e do respeito pela dignidade humana.

Domínio público

Um termo que se aplica a trabalhos criativos originais, incluindo poesia, música, arte, livros, filmes, desenhos de produtos e outras formas de propriedade intelectual, como os programas de computador. Diz-se que uma obra é de domínio público quando pode ser usada para qualquer propósito que o usuário desejar. Os itens de domínio público são considerados partes do patrimônio cultural coletivo da sociedade, em oposição à propriedade individual.

Editor(a)

Pessoa responsável pela parte editorial de uma publicação, determinando o conteúdo final de um texto, especialmente nos jornais e nas revistas. Essa expressão deve ser claramente diferenciada de *proprietário de uma mídia*, que se refere à pessoa ou ao grupo de atores que detêm a posse de uma empresa de mídia.

Esfera pública

A noção de um espaço público no qual os membros da sociedade podem ter um livre intercâmbio de notícias, informações e opiniões – um lugar onde os indivíduos encontram-se e publicamente trocam pontos de vista sobre questões comuns, com base na igualdade e na inclusão. O teórico moderno mais influente sobre a esfera pública é Jürgen Habermas.

Estereótipos

Uma forma comum de *representação de mídia* que utiliza características instantaneamente reconhecíveis para rotular os membros de um grupo social ou cultural. A palavra pode ter conotações negativas ou positivas.

Filme

Uma forma de entretenimento que representa uma história por meio de uma sequência de imagens e sons, dando a ilusão de um movimento contínuo.

Fontes de informação

As pessoas, os grupos e os documentos pelos quais as informações são obtidas.

Gatekeeper

Um termo genérico aplicado a qualquer pessoa que tem a função de filtrar ideias e informações para a publicação ou transmissão – o processo decisório interno de liberar ou reter informações das mídias para as massas. A prática de *gatekeeping* acontece em todos os níveis da hierarquia das mídias – desde o repórter decidindo quais fontes incluir em uma história até os editores decidindo quais histórias irão publicar.

Gênero

Tipos específicos de conteúdos de mídia (por exemplo, entretenimento, informações, notícias, anúncios, dramaturgia etc.). Cada gênero tem seu propósito e formato específico.

Governança

Idealmente, entende-se como um processo de governo que envolve interações entre as instituições formais e as instituições da sociedade civil. A governança relaciona-se com as questões de quem exerce poder, autoridade e influência; como isso ocorre; e como as políticas e decisões que dizem respeito à vida social e pública são efetivadas. A governança caminha de braços dados tanto com as instituições de governo quanto com as práticas e os comportamentos que estão contidos nelas.

Uma **boa governança** caracteriza-se pelo processo decisório político previsível, aberto e esclarecido, por uma burocracia imbuída de um sentido ético profissional, trabalhando em prol do bem comum, do Estado de Direito, de processos transparentes e de uma forte sociedade civil que participa ativamente das questões públicas.

Uma **governança fraca** caracteriza-se por um processo decisório político arbitrário, burocracias duvidosas, sistemas jurídicos ineficientes ou injustos, abusos de poder executivo, uma sociedade civil alijada da vida pública e corrupção generalizada.

Habilidades no uso de bibliotecas

Competências no uso de bibliotecas.

Linguagem hostil

Qualquer comunicação que inclua hostilidade em relação a um grupo específico de pessoas em função de suas características coletivas (etnia, gênero, sexualidade etc.).

Ideologia

Uma doutrina, filosofia, conjunto de crenças ou princípios que pertencem a um indivíduo ou um grupo. Pode ser vista como uma visão abrangente, uma maneira de olhar para as coisas (por exemplo, a partir do senso comum e de diversas tendências filosóficas), ou como um conjunto de ideias proposto pela classe dominante de uma sociedade para todos os demais membros dessa sociedade.

Igualdade

A ideia de que todas as pessoas, independentemente de idade, gênero, religião e etnia, têm os mesmos direitos. É um princípio fundamental da Declaração Universal dos Direitos Humanos, embutido no “reconhecimento de que a dignidade inerente a todos os membros da família humana é o fundamento da liberdade, da justiça e da paz no mundo”. A ideia de cidadania caminha de braços dados com as questões de igualdade.

Imagem

Uma representação ou quadro mental emblemático.

Imprensa

As *mídias impressas* responsáveis por reunir e publicar notícias no formato de jornais ou revistas.

Independência editorial

A liberdade profissional exercida pelos editores ao tomarem decisões sem a interferência dos donos dos veículos de mídia ou de qualquer outro ator estatal ou não estatal.

Informação

Um termo amplo que pode incluir dados; conhecimentos derivados do estudo, da experiência ou da instrução; e sinais ou símbolos. No mundo da mídia, o termo *informação* é frequentemente usado para descrever o conhecimento de eventos ou situações específicas, reunidos ou recebidos pelas mídias, canais de inteligência ou relatórios de notícias.

Interesse público

O conceito de bem-estar público ou benefício ao público como um todo, em contraste com os interesses particulares de uma pessoa ou de um grupo. Não existe um consenso sobre o que constitui o interesse público, mas o termo reflete o sentido de que alguns interesses pertencem a todos, independentemente de seu *status* ou sua posição, e requerem ações em sua proteção.

Internet

Sistema global de redes interligadas de computadores que fazem uso do Protocolo Padrão de Transmissão e Interconexão (*Internet Protocol Suite* – TCP/IP) para servir a bilhões de usuários no mundo todo. A internet é uma rede que agrega inúmeras redes menores, incluindo milhões de redes privadas, públicas, acadêmicas, empresariais e governamentais, de âmbito local a global, interligadas por um amplo leque de tecnologias de redes eletrônicas e óticas.

Jornal

Publicação regular contendo notícias, informações e anúncios, normalmente impressa em papel de baixa qualidade e relativamente barata.

Jornalismo

O ofício de reunir, escrever, editar e apresentar notícias em jornais, revistas, transmissões de rádio e televisão, ou pela internet.

Jornalismo cidadão

Refere-se à capacidade que as pessoas têm de, valendo-se das mídias digitais, interagir e moldar as notícias e os conteúdos participando com suas próprias informações, seus comentários e suas perspectivas.

Jornalista

Pessoa que busca e dissemina informações sobre fatos, pessoas, tendências e questões atuais. Seu trabalho é reconhecido como *jornalismo*.

Liberdade de discurso

A liberdade de falar livremente sem censura ou limitação, ou ambos. O termo sinônimo *liberdade de expressão* é usado às vezes para indicar não apenas a liberdade de expressão verbal, mas qualquer ato de buscar, receber e transmitir informações ou ideias, independentemente do meio utilizado.

Liberdade de expressão

Um direito humano fundamental. Indica não apenas a liberdade de expressão verbal, mas também qualquer ato de buscar, receber e transmitir informações. A liberdade de imprensa é um corolário desse direito e é essencial para a construção e a sustentação das comunidades e da sociedade civil.

Liberdade de imprensa

O estado em que as mídias em geral (não apenas as mídias impressas) estão livres de censura ou controle direto pelo governo – isso não impede a aplicação de leis de competição para evitar monopólios, ou a alocação estatal de frequências de transmissão.

Liberdade de informação

O direito que os cidadãos têm de acessar informações mantidas por órgãos públicos.

Linguagens midiáticas

Convenções, formatos, símbolos e estruturas narrativas que indicam o significado das mensagens de mídia a um público. Simbolicamente, a linguagem da mídia eletrônica assemelha-se em muito à forma como funciona a gramática na mídia impressa.

Marketing

Processo pelo qual as empresas atraem o interesse dos consumidores pelos bens ou serviços. O *marketing* produz uma estratégia que está por trás das técnicas de vendas, da comunicação empresarial e dos desenvolvimentos dos negócios.

Mensagem

A informação enviada de um emissor a um receptor.

Merchandising

Palavra da língua inglesa que se refere a atividades direcionadas à rápida venda de bens por meio de pacotes promocionais, técnicas de exposição, amostras grátis, demonstrações no local, preços, ofertas especiais e outros métodos de aumento de vendas.

Mídias

Objetos físicos usados para comunicar, ou comunicação de massa por meio de objetos físicos, como rádio, televisão, computadores, filmes etc. O termo também se refere a qualquer objeto físico usado para comunicar mensagens de mídia. As mídias são fontes de informações confiáveis, e seus conteúdos são providos por meio de um processo editorial determinado por valores jornalísticos. Por isso, a prestação de contas pelo trabalho editorial pode ser atribuída a uma organização ou a uma pessoa jurídica. Nos últimos anos, o termo *mídias* também é frequentemente usado para incluir as novas mídias *online*.

Mídias de massa

As mídias feitas para consumo do público em geral, valendo-se das agências de tecnologia. As mídias de massa são canais de comunicação de amplo alcance pelos quais as mensagens fluem.

Mídias de notícias

O setor das *mídias de massa* que focaliza a apresentação das notícias atuais ao público. Inclui as mídias impressas (jornais e revistas), a radiodifusão (rádio e televisão) e, cada vez mais, as mídias da internet e os *sites* e *blogs* da rede mundial de computadores (ver o verbete *World Wide Web* neste glossário).

Mídias de utilidade pública

Mídias financiadas com recursos públicos, que são frequentemente chamadas a desempenhar um papel no apoio ao interesse público, provendo uma programação equilibrada e diversificada que represente a comunidade como um todo.

Mídias impressas

As mídias que consistem de papel e tinta – reproduzidas em um processo de impressão que é tradicionalmente mecanizado.

Mídias locais ou comunitárias

Qualquer forma de mídia criada e controlada por uma comunidade – seja esta uma comunidade geográfica ou formada por uma identidade ou um interesse de mídia. As mídias comunitárias diferenciam-se tanto das mídias privadas (comerciais) quanto das mídias estatais e das mídias de utilidade pública, e vêm sendo cada vez mais reconhecidas como um elemento vital de um sistema de mídia forte e democrático.

Mídias majoritárias

As mídias disseminadas pelos canais mais amplos de distribuição, que representam aquilo que a maioria dos consumidores das mídias estão sujeitos a encontrar. O termo também se refere às mídias que geralmente refletem as correntes prevaletentes de pensamento, influência ou atividade.

Mídias visuais

As mídias que dependem de imagens para comunicar significados (por exemplo, televisão, filmes, internet etc.).

Mito

Os mitos representam sistemas implícitos de crenças que expressam medos, desejos e aspirações de uma cultura, a exemplo do mito da *jornada heroica*. Nessas histórias, o herói – sem saber qual será seu destino – é chamado a embarcar em uma importante missão. O herói normalmente passa por uma série de estágios como parte dessa jornada, incluindo seu “surgimento” ou início; o momento em que toma consciência de seu “chamado” ou destino; o envolvimento romântico; o encontro com seus opositores; o aconselhamento de um sábio mais velho; e, finalmente, o retorno para casa.

Multimídia

O uso combinado de diversas mídias, especialmente para os propósitos de educação ou entretenimento. Também pode significar a integração de texto, som e vídeos de maneira completa ou parcial em formato digital.

Narrativa

O relato de uma história ou roteiro por meio de uma sequência de eventos. No contexto de um texto de mídia, é a sequência coerente de eventos no tempo e no espaço.

Notícias

A comunicação de informações sobre os eventos atuais por meio impresso, transmitido boca a boca ou pela internet a terceiros ou a um público de massa.

Novas mídias

Conteúdos organizados e distribuídos a partir de plataformas digitais.

**Participação
(participação
cívica)**

A participação está no centro da democracia, e seu principal objetivo é garantir que cada indivíduo possa assumir seu lugar na sociedade e contribuir para seu desenvolvimento. Trata-se de um importante elemento do processo democrático, é vital para os processos decisórios e é considerada um pilar central dos direitos humanos básicos.

**Pensamento
crítico**

Capacidade de examinar e analisar informações e ideias de modo a entender e avaliar seus valores e pressupostos, em vez de aceitar acríticamente as afirmações e informações.

**Pluralismo
(pluralismo da
mídia)**

É caracterizado por uma série de canais de mídia, tanto em termos de propriedade (privados, públicos e comunitários) quanto de tipos de mídias (impressas, rádio, televisão e internet). De maneira mais ampla, o pluralismo na sociedade é caracterizado por uma situação na qual os membros de diversos grupos étnicos, raciais, religiosos ou sociais mantêm uma participação autônoma no desenvolvimento de sua cultura tradicional ou de interesses especiais dentro dos limites de uma civilização.

Produção

O processo de reunir os conteúdos de mídia para que se possa alcançar um produto finalizado de mídia. Também pode referir-se ao processo de criar textos de mídia, bem como às pessoas engajadas nesse processo.

**Programa
(software)**

Refere-se aos programas e dados que fornecem instruções a um computador para manipular dados ou realizar operações de diversos tipos. Os exemplos vão desde programas de escritório, que geram e manipulam dados, a programas que controlam a criação e a edição de imagens.

Propaganda

Forma de comunicação que visa a influenciar a atitude de uma comunidade e direcioná-la em favor de alguma causa ou posição.

Publicidade

Conjunto de práticas e técnicas que atraem a atenção dos consumidores para produtos ou serviços com o propósito de persuadi-los a comprar o produto ou serviço anunciado.

Público

Grupo de consumidores para o qual um texto de mídia foi construído, bem como qualquer outra pessoa exposta ao texto.

Público-alvo: grupo de pessoas para o qual um texto de mídia direciona-se especificamente, por conta de um conjunto de características compartilhadas, como idade, gênero, profissão, classe etc.

Público ativo: a teoria de que as pessoas recebem e interpretam as mensagens de mídia à luz de suas próprias histórias, experiências e perspectivas, de modo que diferentes grupos de pessoas podem interpretar a mesma mensagem de maneiras diferentes.

Racismo

Crença de que os fatores genéticos que constituem a raça são um determinante primário das características e capacidades humanas, e de que as diferenças raciais geram uma superioridade inerente de uma raça específica.

Rádio

Comunicação de sinais audíveis decodificados em ondas eletromagnéticas – transmissão de programas para o público por radiodifusão.

Recursos educacionais abertos (REA)

São materiais digitais disponibilizados de maneira gratuita e aberta para aprendizes e educadores, para serem usados em processos de ensino e aprendizagem formais e não formais, presenciais e a distância. Podem ser usados em sua forma original ou reeditados. Por serem abertos e livres, normalmente não estão associados a cursos específicos e não oferecem tutorias ou outro tipo de suporte pedagógico ou técnico.

Redes sociais

Conexões *online* de pessoas em redes em torno de um interesse ou uma atividade comum. A atividade das redes sociais inclui a publicação de perfis pelos quais as pessoas fornecem informações sobre elas mesmas. O *Facebook* é um exemplo de uma rede social popular.

Regulação (das mídias)

Refere-se às tentativas de controlar ou afetar o comportamento das organizações de mídia e dos atores de mídia pelo desenvolvimento e validação de leis e códigos de comportamento.

Representação

Processos pelos quais um texto de mídia posiciona, simboliza, descreve ou representa pessoas, lugares, eventos ou ideias que são reais e existem fora do texto. Também pode significar a relação entre lugares, pessoas, eventos e ideias, de um lado, e o conteúdo das mídias, de outro.

Roteiro de imagens (storyboard)

Refere-se à representação imagética de uma sequência fílmica, frequentemente apresentada como uma série de desenhos semelhantes aos das publicações em quadrinhos. É parte da preparação de um diretor para uma filmagem.

Sexismo

Preconceito ou discriminação com base no sexo, especialmente a discriminação contra as mulheres – comportamentos, condições ou atitudes que promovem estereótipos de papéis sociais com base no sexo.

Simbolismo

O uso de símbolos, incluindo imagens, conceitos e arquétipos que representam aspectos da realidade (por exemplo, vaqueiros malvados que usam chapéus pretos e vaqueiros bonzinhos que usam chapéus brancos).

Site

Um conjunto de páginas da internet, imagens e dados com um Localizador Padrão de Fontes (*Uniform Resource Locator* – URL). (Ver mais no verbete *World Wide Web* deste glossário).

Tecnologia

Os equipamentos (*hardware*) utilizados para criar e comunicar-se com as mídias (por exemplo, rádios, computadores, telefones, satélites, máquinas de impressão etc.).

Televisão

A transmissão de imagens dinâmicas ou às vezes estáticas, geralmente acompanhadas por som, por meio de sinais elétricos ou eletromagnéticos; os conteúdos visuais e de áudio presentes nesses sinais; e as organizações que produzem e transmitem os programas de televisão.

Texto

Um texto de mídia normalmente refere-se aos resultados individuais da produção de mídia, tanto em áudio quanto em vídeo (por exemplo, um episódio de TV, um livro, uma edição de uma revista ou jornal, um anúncio etc.).

TICs

As Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) consistem em todos os meios técnicos utilizados para lidar com informações e facilitar as comunicações, incluindo os equipamentos de computadores e redes, bem como os programas necessários. Em outras palavras, as TICs consistem em Tecnologias de Informação juntamente com a telefonia, as mídias de transmissão e todos os tipos de processamento e transmissão de áudio e vídeo. Elas enfatizam o papel das comunicações (linhas de telefone e sinais sem fio) na moderna tecnologia de informação.

Valores de notícias

Às vezes chamados de *critérios de notícias*, os valores de notícias determinam o destaque que uma reportagem recebe em um veículo de mídia, e a atenção que lhe é dada pelo público. Alguns dos mais importantes valores de notícias incluem o quão frequente, inesperado, personalizado, significativo ou conflituoso é um conteúdo de notícias.

Web 2.0

Aplicativos que facilitam a interatividade e permitem que os usuários criem seus próprios programas. Os aplicativos de *Web 2.0* enfatizam a importância da colaboração e do compartilhamento.

Wiki

Um *site* da internet normalmente mantido por mais de uma pessoa, no qual os usuários colaboram na geração do conteúdo. Os *sites wiki* frequentemente têm páginas múltiplas e interligadas e conteúdos que incluem comentários, descrições de fatos, documentos etc. Uma *wiki* difere de um *blog*, pois seu conteúdo é normalmente atualizado por vários usuários e porque pode ter uma grande variedade de materiais carregados nela.

World Wide Web

Um serviço que opera pela internet, permitindo que enormes volumes de conteúdos estejam disponíveis pela execução de três funções centrais: o formato de publicação HTML (cuja tradução é Linguagem de Marcação de Hipertexto); um endereço para cada conjunto de informações (também conhecido como Localizador Padrão de Fontes, ou URL); e um meio de transferência de informações, através do Protocolo de Transferência de Hipertexto (http).

YouTube

Um *site* de compartilhamento de vídeos, no qual os usuários carregam vídeos sobre qualquer tópico que seja do seu interesse.

Vivemos em um mundo onde a qualidade da informação que recebemos determina em grande medida nossas escolhas e ações, incluindo nossa capacidade de usufruir de liberdades fundamentais e nossa habilidade de autodeterminação e desenvolvimento. A publicação “Alfabetização midiática e informacional: currículo para formação de professores” é pioneira e uma fonte de informação importante para os Estados-membros da UNESCO. Primeiro, por ser prospectiva, apontando as tendências atuais de convergir o rádio, a televisão, a internet, os jornais, os livros, os arquivos digitais e as bibliotecas em uma só plataforma; segundo, por ser uma publicação especificamente estruturada para ser integrada no sistema formal de formação de professores. Finalmente, a UNESCO acredita que este currículo contribuirá com a inovação e o aprimoramento de todos os níveis da educação.

Jānis Kārklīšs, diretor-geral adjunto de Comunicação e Informação, UNESCO

www.unesco.org/webworld



Organização
das Nações Unidas
para a Educação,
a Ciência e a Cultura

Representação
no Brasil

ISBN 978-85-7652-176-1