

Jornadas d@ Informação'18

Um (con)tributo para a Literacia mediática

Dia 19 de outubro

14:00 - Receção aos participantes

14:30 - Sessão de abertura

15h00 – 16.30 – **Literacia da Imagem**

Imagens e Leituras para o Século XXI

Jorge Barcelos (Doutorando na Universidade do Porto na área dos Media Digitais)

Nota biográfica:

Atualmente é Professor Assistente de Comunicação em Mídias Digitais do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Federal da Paraíba e Investigador no Doutoramento em *Medias Digitais* da Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto, bem como no projeto de extensão *DIAS-Design Instrucional para uma Aprendizagem Significativa* da Universidade Federal da Paraíba.

Os seus temas de estudo e investigação envolvem design, cinema de animação, arte, literacia visual e comunicação.

Anteriormente, a sua atividade docente esteve ligada a cursos de design, comunicação em propaganda e publicidade e jornalismo. Assumiu também cargos de coordenação e direção nestas áreas, nomeadamente no curso de Mídias Digitais na Universidade Federal da Paraíba.

Foi designer de produtos cerâmicos de superfície e chefe de desenvolvimento de produtos cerâmicos de revestimentos em várias empresas do Brasil.

Tem publicado artigos nas áreas de design de produtos, imagem, animação digital e comunicação visual.

Da sua formação académica, salientamos: o Bacharelado em Artes Visuais na Universidade Federal de Santa Maria e o Mestrado em Engenharia e Tecnologia de Materiais na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Também estudou animação 3D na Escola de Cinema e Animação Mèlies, em São Paulo e *Fabricación de Productos Cerámicos*, em Castellon de La Plana, Espanha. Foi ainda aluno da *Hayward CAL State University*, nos Estados Unidos.

Sinopse:

A literacia visual é um conjunto de habilidades que permitem ao indivíduo saber ler e escrever por meio de imagens. Saber ler significa ser capaz de decodificar os símbolos para entender o significado de uma representação, enquanto saber escrever é a habilidade de codificar os símbolos e elementos visuais para criar significados. Este processo não é novo, mas acompanha a humanidade desde seus primórdios. A revolução digital provocou não só uma aceleração na utilização de imagens na comunicação, como também limitações. Estas limitações vão além da manipulação de imagens proporcionada pela tecnologia digital, exigindo outros conhecimentos e habilidades. O domínio da linguagem visual, aliado às tecnologias digitais, auxilia os indivíduos a compreender e a interagir criticamente na sociedade, como demonstra a comparação entre a produção e interpretação de um *selfie* e de uma pintura. As limitações e as possibilidades de cada uma das tecnologias, eis o que se pretende evidenciar.

Media Participativos: questionando identidades através de imagens

Dorneles Neves (Doutorando na Universidade do Porto na área dos Media Digitais)

Nota biográfica:

É licenciado em Comunicação Social pela Universidade Nilton Lins no Amazonas, tendo estudado cinema na Academia Internacional de Cinema em São Paulo. É Mestre em Comunicação Multimédia, com ênfase em audiovisual digital, pela Universidade de Aveiro e, atualmente, Doutorando do programa em *Media Digitais* da Universidade do Porto. É Professor Assistente de Audiovisual Digital do Departamento dos *Media Digitais* da Universidade Federal da Paraíba.

Sinopse:

Uma das características das sociedades pós-modernas é a relação entre os *media* e a construção de identidades. Esta é construída a partir de escolhas e de decisões feitas num contexto de múltiplas opções, e tais decisões formam um estilo de vida que, com o passar do tempo, cria uma narrativa. Neste sentido, os *media* globalizados permitem acesso a diversas escolhas de estilos de vida, para além daquelas disponíveis por meio da experiência direta. Neste cenário, educar sobre os *media* e fazer uso de métodos de ensino que envolvam os estudantes na análise e criação de conteúdo é importante para que estes desenvolvam um pensamento crítico sobre os *media*, mas também sobre a influência que os *media* exercem na sua construção como sujeitos. Um dos métodos de *media* participativos é o vídeo participativo, o qual põe na mão dos alunos todas as etapas da sua realização e o seu objetivo é permitir que estes acedam aos meios de produção dos *media* e de autorrepresentação, de acordo com suas próprias convenções estéticas e culturais. Para ilustrar o uso dos *media* participativos, é relatada a sua experiência com a utilização do vídeo participativo para questionar identidades de género com raparigas adolescentes de Vila Nova de Gaia.

A imagem na era da cultura digital e das narrativas alternativas

Inês Amaral (Universidade de Coimbra)

Nota biográfica:

É Doutorada em Ciências da Comunicação - Media Interativos pela Universidade do Minho com a tese *Redes Sociais na Internet: Sociabilidades Emergentes*.

É Professora Associada na Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra e Investigadora do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho. Tem desenvolvido investigação sobre sociabilidades nas redes sociais digitais, literacia mediática e digital, tecnologias e envelhecimento ativo, audiências e consumos mediáticos na era digital. Atualmente integra a equipa do projeto europeu *Media in Action*. É cofundadora da Associação Portuguesa de Formação e Ensino à Distância.

Sinopse:

Numa sociedade de multiplicidade de ecrãs e da era da velocidade, as representações sociais que fazemos de nós próprios, dos outros e do mundo estão ancoradas aos significados que são construídos visualmente. Se a utilização de tecnologias sociais transforma os habituais consumidores de imagens em produtores, os consumos mediáticos em diferentes plataformas expõem os recetores a uma cultura visual híbrida que tem objetivos definidos, impacto social e implicações ideológicas. No cenário digital existe uma reconstrução permanente da realidade promovida pelos *media* e por utilizadores comuns. Os “factos alternativos” e as “notícias falsas”, que dão corpo à narrativa da “pós-verdade”, intensificam a desinformação com o recurso à imagem. Trata-se do “perigo da história única”, que a escritora nigeriana Chimamanda Adichie bem descreve. A literacia visual é premente no sentido de potenciar a capacidade de pensar criticamente o poder das imagens na construção de diferentes versões do mundo.

16:30 – Pausa para café

17:00 – 19:00 – **Literacia televisiva e filmica**

Aprender a ver TV

Sara Pereira (Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho)

Nota biográfica:

Doutorada em Estudos da Criança, em 2004, na Universidade do Minho, é Professora Associada e Diretora do Departamento de Ciências da Comunicação do Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho.

Desenvolve investigação sobre audiências, comunicação e cidadania e literacia para os *media*, que são igualmente as suas áreas de docência. Pertence à Sopcom, onde coordenou, entre 2011 e 2017, o Grupo de Trabalho de *Comunicação e Educação*, e é também membro da associação internacional de comunicação IAMCR e da associação europeia ECREA.

Coordena, juntamente com Manuel Pinto, o *Observatório sobre Média, Informação e Literacia* (MILObs)

Sinopse:

Num tempo em que os meios digitais dominam, a televisão parece ter perdido a sua relevância enquanto objeto de estudo. Considera-se que perdeu centralidade nas nossas vidas quotidianas, em especial no quotidiano dos mais novos. No entanto, estudos recentes mostram que a televisão continua a ter o seu e o seu espaço nas práticas mediáticas, sendo usada de forma complementar com outros meios. Mostram também que as pessoas continuam a ver televisão, ou seja, continuam a ver conteúdos televisivos, embora de forma diferente e usando diferentes ecrãs. Tendo então presente esta (nova) realidade, pretende-se com esta comunicação abordar estas novas formas de consumo televisivo e dar algumas pistas para o visionamento crítico dos conteúdos/programas.

Media ou Moda? Uma perceção de realidade e/ou ficção? Um ajustamento regulador? António Costa Valente (Universidade de Aveiro e Cine-Clube de Avanca)

Nota biográfica:

Doutorado em cinema, é Docente nas Universidades Públicas de Aveiro, Vila Real e dirige o Departamento de Teatro e Cinema da ESAP – Escola Superior Artística do Porto. Produziu e co-realizou a primeira longa-metragem do cinema de animação português “Até ao Tecto do Mundo”. Como Realizador e Produtor, foi distinguido com mais de três centenas de prémios, em festivais dos cinco continentes. Dirige o Festival de Cinema de Avanca desde 1997 a “AVANCA|CINEMA, Conferência Internacional Cinema, Arte, Tecnologia, Comunicação” desde 2010 É editor do “International Journal of Cinema” (ISSN 2182-2158) e da revista científica “Persona” (ISSN 2183-1149). Integra os corpos gerentes do Cine Clube de Avanca, da Academia Portuguesa de Cinema e da Federação Portuguesa de Cineclubes, entre outros.

Sinopse:

Num contexto de interação crescente entre *medias* e escolhas, que nos parecem ajudar a perceber o mundo, a palavra “moda” parece ser crucial. A intervenção centra-se na análise de contextos no audiovisual, onde estas questões parecem ser prementes.

Dia 20 de outubro

9:30 – 13:00

A linguagem audiovisual. A leitura através dos ecrãs

Ana Luísa Gonçalves (Rede de Bibliotecas Escolares)

Nota biográfica:

É Doutorada em Ciências da Educação (Universidade de Huelva) e Master em Gestão da Formação (SGS, Portugal). É autora e coautora de vários artigos relacionados com a educação para os *media* (cinema em contexto educativo) e com a formação de professores no âmbito das TIC. É membro do Centro de Investigação em Artes e Comunicação (CIAC) da Universidade do Algarve. Desenvolveu e participou em projetos na área da Educação para os *Media*, a nível nacional e internacional. Atualmente é membro da equipa do Gabinete da Rede de Bibliotecas Escolares.

Sinopse:

A linguagem audiovisual, parte integrante da sociedade contemporânea, está presente nas mensagens que consumimos diariamente e que circulam em diversos meios de comunicação. Os mais jovens apresentam uma tendência e uma predisposição para a aprendizagem dos conteúdos em formato audiovisual. Um dos motivos poderá ser o impacto audiovisual, a simplicidade na utilização, a rapidez no acesso e a facilidade na sua produção.

Surge um novo leitor que consome mensagens audiovisuais, fragmentadas e dinâmicas, com implicações no campo emocional. No caso concreto do cinema, o filme poderá desenvolver no espectador, um impacto profundo através do reconhecimento e/ ou da identificação com as personagens.

Apesar de os conteúdos audiovisuais ampliarem a possibilidade de comunicação e de aprendizagem, ainda se verifica, por parte dos jovens, a ausência de determinadas competências que lhes permitam analisar de forma crítica e reflexiva as mensagens. No contexto educativo, a alfabetização audiovisual ou mediática ocupa um lugar residual, apesar de algumas organizações alertarem para a importância da mesma., nomeadamente a UNESCO, que se destaca na promoção da *Media and Information Literacy* a nível mundial.

A linguagem audiovisual transmite uma determinada forma de entender o mundo a partir do que se apresenta e da forma como é representado. O discurso audiovisual limita a perceção do leitor, pois reproduz a realidade com maior ou menor precisão, através de determinados mecanismos e estratégias. O papel do docente será contrariar a ideia de que as imagens em movimento não são um produto que se encerra em si mesmo, mas sim uma produção elaborada, que em muitos casos, não é perceptível num primeiro olhar.

Como se constrói a realidade através dos meios audiovisuais? Como implementar a alfabetização audiovisual na biblioteca escolar

14:30 – 16:00

A Publicidade à nossa Volta

Susana Paiva (*Media Smart*)

Nota biográfica:

É Licenciada em Ciências da Comunicação pela Universidade Autónoma de Lisboa e possui uma Pós Graduação em Gestão de Marketing pelo Instituto Português de Administração e Marketing.

Inicia a sua carreira no setor automóvel, no então Entrepósito Comercial, importador das marcas Nissan e Subaru em Portugal, onde trabalha durante os anos de 2001 a 2003. De seguida, integra durante aproximadamente oito anos o departamento de marketing de uma multinacional japonesa, do setor da Óptica (Hoya Lens Ibéria). Em 2011 incorpora a *Associação Portuguesa de Anunciantes* onde, para além

de outras funções, é Coordenadora do Programa *Media Smart* – Programa de Literacia para a Publicidade dirigido a crianças entre os 7 e os 14 anos de idade.

Sinopse:

Nas sociedades modernas, as crianças crescem num ambiente saturado pelos *media*. São confrontadas diariamente por uma variedade de mensagens publicitárias: outdoors, imprensa, rádio, TV, internet, telemóveis, videogames, app's e redes sociais. Para além disso, cada vez mais os jovens têm capacidade para decidir sobre o seu "Consumo". Os *media* desempenham hoje, mais do que nunca um papel muito importante nas vidas das crianças e, por essa mesma razão, mesmo que nem todas as mensagens lhes sejam dirigidas diretamente, os mais novos deverão ser capazes de as interpretar, para que as suas respostas possam resultar em escolhas informadas.

Vamos perceber de que forma é que o Programa *Media Smart* pode ajudar Professores, Alunos e toda a comunidade educativa a descodificar e a interpretar melhor as mensagens publicitárias que recebemos diariamente.

16:00 – 16:30 Intervalo

16:30 – 18:00

Literacia mediática – algumas experiências pedagógicas

Maria João Filipe (Rede de Bibliotecas Escolares)

Nota biográfica:

Licenciada em Línguas e Literaturas Modernas, variante de estudos Portugueses e Franceses, lecionou Português e Francês entre 1989 e 2006. Encontra-se ligada à biblioteca escolar desde 2003, tendo realizado uma Pós-graduação em Gestão da Informação e Bibliotecas Escolares. Exerceu funções no Gabinete RBE entre 2006 e 2009. É professora bibliotecária desde 2009, na Escola Básica de Mafra, acumulando funções como Coordenadora Interconcelhia para as Bibliotecas Escolares desde essa data.

Sinopse:

Nesta comunicação será apresentada a forma como a literacia mediática tem sido trabalhada na Escola Básica de Mafra em diferentes anos de escolaridade. Trata-se de um trabalho articulado e colaborativo entre a biblioteca e os diretores de turma, no âmbito da oferta de Escola, "Ética e Cidadania". Serão mostrados os percursos formativos definidos para as diferentes atividades, as ferramentas utilizadas, os sucessos e os insucessos.