

Competências midiáticas em cenários brasileiros e euroamericanos

GABRIELA BORGES (UFJF)
MÁRCIA BARBOSA DA SILVA (UEPG)
MÔNICA FANTIN (UFSC)
VÂNIA QUINTÃO (UNB)
MARTHA PRATA-LINHARES (UFTM)
ADILSON CABRAL (UFF)

Este trabalho apresenta os conceitos teóricos e metodológicos da pesquisa comparativa “Competências midiáticas em cenários brasileiros e euroamericanos” que está sendo realizada pelas universidades Federal de Juiz de Fora, Federal de Santa Catarina, Estadual de Ponta Grossa, de Brasília, Federal do Triângulo Mineiro e Federal Fluminense no âmbito das atividades da Rede Alfamed (Rede Interuniversitária Euroamericana de Investigação sobre Competências Mediáticas para a Cidadania) com financiamento do CNPQ e da Fape-mig. Aprofunda num dos subprojetos, realizado pela UFJF.

Literacia midiática: conceituação do termo

No atual contexto de convergência de mídias e da sociedade em rede em que estamos imersos, a comunicação midiática audiovisual adquire relevância tanto em termos de consumo e práticas culturais quanto de produção por parte dos cidadãos, e a educação é desafiada a se comprometer com a formação de indivíduos autônomos, críticos e criativos dessa cultura audiovisual considerando suas várias perspectivas: ética, estética, política, tecnológica e econômica.

No entanto, apesar da presença massiva de múltiplas telas e de articulações que têm sido desenvolvidas entre educação e comunicação tanto a partir do campo da educação como

do campo da comunicação (BRAGA E CALAZANS, 2001), os cidadãos tiveram poucas experiências formativas no desenvolvimento de suas competências midiáticas audiovisuais, se consideramos a sua importância para o fomento de uma cidadania crítica e ativa.

Nessa direção, estudos internacionais apontam a necessidade do desenvolvimento de competências midiáticas para se alcançar a literacia midiática. Embora pouco usado no Brasil, o termo literacia é bastante conhecido em Portugal, estando ligado à capacidade de aquisição, compreensão e produção da linguagem. No âmbito da mídia, o conceito de literacia midiática (*media literacy*) envolve estágios e competências relacionadas ao contexto das novas literacias (ou das literacias emergentes). Esse conceito tem sido desenvolvido desde os anos 1980 no contexto europeu, impulsionado pelos estudos financiados pela Comissão Europeia.

A literacia midiática tem sido definida como a capacidade de acessar, analisar e avaliar o poder de imagens, sons e mensagens que confrontam o sujeito contemporâneo, assim como comunicar de forma competente através das mídias disponíveis. O objetivo da literacia midiática é aumentar o conhecimento sobre as diversas formas de mensagens midiáticas presentes na vida contemporânea e ajudar os cidadãos a compreenderem a forma como as mídias filtram percepções e crenças, formatam a cultura popular e influenciam as escolhas individuais. A literacia midiática deve habilitar os cidadãos para o pensamento crítico e a resolução criativa de problemas a fim de que possam ser consumidores sensatos e produtores de informação.

O estudo sistematizado da literacia midiática tem início a partir de algumas iniciativas da UNESCO relacionadas com a educação para as mídias. A primeira delas foi a Declaração de Grünwald em 1982, em que foi criado o campo da mídia-educação e foi reconhecida a importância do impacto das mídias na educação e na formação. A seguir foi organizada a Conferência *New Directions in Media Education* em Toulouse em 1990, a Conferência *Educating for the Media and the Digital Age* em 1999 em Viena, o Seminário *Youth Media Education* em Sevilha em 2002, a Declaração de Praga *Towards Information Literate Societies* (2003), a Proclamação de Alexandria *Information Literacy and Lifelong Learning* (2005), a Agenda de Paris *12 Recommendations on MIL* (2007), a Declaração de Fez sobre MIL (2011), a Declaração de Moscou sobre MIL (2012), o *Framework and Action Plan of the Global Alliance for Partnerships on MIL* (2013), a Declaração de Paris MIL in the Digital Age (2014) e as *Recomendações de Riga Media and Information Literacy in a Shifting Media and Information Landscape* (2016).

A Comissão Europeia, desde 2000, no escopo da Agenda de Lisboa, tem financiado projetos e workshops sobre a literacia midiática no sentido de criar redes de trocas de conhecimentos e experiências e propor uma agenda comum de promoção da literacia midiática. Esta se tornou um objetivo estratégico e integrador para a Europa, no sentido em que é a chave para o acesso às tecnologias da informação e da comunicação e para o novo ambiente da comunicação digital.

Em 2005 foi lançado o *European Charter for Media Literacy*, uma iniciativa da sociedade civil com o objetivo de facilitar o consenso e a criação de uma rede europeia. Formada por várias instituições a partir de uma proposta do *UK Film Council* e do *British Film Institute*, enumera sete áreas de competências (ou usos) relacionadas com a literacia midiática: uso eficaz das tecnologias; acesso e escolha de conteúdos; compreensão dos processos de produção e seus contextos; análise crítica das técnicas e linguagens e das mensagens; uso criativo das mídias; identificação de conteúdos ofensivos; uso eficaz das mídias no exercício dos direitos democráticos e das responsabilidades cívicas dos cidadãos.

Em 2007 o estudo *Current trends and approaches on media literacy in Europe* da Universidade Autónoma de Barcelona, impulsionou a atuação do *MILION (Media and Information Literacy Observatory)*, que resume as competências relacionadas com a literacia midiática em quatro áreas: acesso, análise, avaliação e produção criativa. O acesso está relacionado tanto com o próprio acesso aos equipamentos quanto à capacidade de operá-los de forma a localizar e produzir conteúdos (BUCKINGHAM et al, 2005). A análise e a avaliação referem-se à capacidade de ler, compreender e avaliar os conteúdos midiáticos e de conhecer as condições e as possibilidades das mídias enquanto ferramentas. O conceito de avaliação está relacionado com a literacia crítica, isto é, a capacidade de avaliar criticamente e distinguir as mensagens recebidas das mídias. De fato, a literacia midiática tem um papel importante na cidadania ativa sendo a chave para o desenvolvimento pleno da liberdade de expressão e do direito à informação. E, portanto, tem um papel fundamental na democracia participativa e no diálogo intercultural.

Tanto os documentos da UNESCO quanto da Comissão Europeia enfatizam a produção criativa. Argumentam que a capacidade de criar e comunicar mensagens habilita as pessoas a se tornarem consumidores midiáticos mais ativos e informados. Além do que, o aspecto comunicativo da literacia midiática é considerado essencial para permitir que as pessoas façam um uso eficaz das mídias no exercício dos seus direitos democráticos e das suas responsabilidades cívicas.

Competência midiática: aporte metodológico

Aguaded (2010) define competência, de acordo com as Recomendações do Conselho Europeu de 2006, como uma combinação de conhecimentos, capacidades e atitudes necessárias para um determinado contexto, já o conceito de competência chave ou competência básica é entendido como um conjunto multifuncional e transferível de conhecimentos, destrezas e atitudes que todas as pessoas devem adquirir no processo de ensino obrigatório para a sua realização e desenvolvimento pessoal, inclusão na sociedade e acesso ao emprego.

Na atualidade, a competência em comunicação – fundamental para o exercício da cidadania – encontra-se imersa no ambiente digital. Portanto, os conhecimentos, habilidades e capacidades, aliados aos valores e atitudes, devem ser aprendidos e aplicados com ferramentas digitais. A competência midiática, como integrante da competência em comunicação, também deve atender a esses objetivos. Para que isso se efetive é preciso ter a capacidade de se desenvolver em distintas dimensões, destacando-se a comunicativa e a tecnológica. Frau-Miegs e Torrent (*apud* Aguaded, 2010), ressaltam que esta reflexão pode ser resumida nos seis «C» de competências básicas da educação para as mídias: compreensão, capacidade crítica, criatividade, consumo, cidadania e comunicação intercultural.

Em 2007, Ferrés (2007:102-3) apresentou o estudo *La competencia em comunicación audiovisual* em que define as dimensões e os indicadores para se mensurar a competência midiática a partir de dois parâmetros: o pessoal (interação entre emotividade e racionalidade) e o operativo (interação entre a leitura crítica e a expressão criativa). As dimensões apontadas são as seguintes: linguagem, tecnologia, processos de produção e programação, ideologia e valores, recepção e audiência e estética; cujos indicadores são mensurados a partir dos âmbitos da análise crítica e da expressão criativa.

Contudo, este documento de Ferrés (2007) demandou atualizações conceituais a partir de outros estudos (The High Council for Media Education, 2008; Comissão Europeia, 2010). Em 2012 Ferrés e Piscitelli (2015) revisam os parâmetros e oferecem uma nova definição de competência midiática que articula a cultura participativa com o desenvolvimento da capacidade crítica. Tendo em conta os avanços comunicacionais, midiáticos e teóricos, a nova proposta incluiu a dimensão dos processos de interação em substituição à recepção e audiência, e dos processos de difusão substituindo a programação.

Como é possível perceber, diversas estratégias têm sido desenvolvidas no âmbito europeu para a promoção da literacia midiática. No contexto brasileiro, a discussão sobre o papel das mídias e a conseqüente necessidade de estudos e pesquisas sobre o desenvolvimento

da competência midiática não conta com o apoio de políticas públicas específicas como é o caso, por exemplo, das iniciativas adotadas no âmbito da União Europeia.

Mesmo participando de órgãos internacionais que incentivam a adoção de políticas de fomento à literacia midiática, como a UNESCO e a Aliança das Civilizações, as iniciativas políticas relacionadas aos estudos sobre literacia midiática ainda necessitam ser reconhecidas como uma área estratégica de investimento público. Isso pôde ser notado quando da realização da reunião da Aliança das Civilizações no Rio de Janeiro em 2010, na qual a literacia midiática não teve destaque. Já em 2013, na reunião de Viena, o relatório final da Aliança ressalta que “a mídia tem o potencial de construir consenso e resolver as diferenças através do diálogo. Assim, o fortalecimento da educação para as mídias pode ser uma ferramenta de paz, resolução de conflitos e promover sociedades plurais” (UNAOC, 2013:13).

Sendo assim, o eixo conceitual da competência audiovisual foi ampliado para midiática e nossa pesquisa origina-se nesta proposta metodológica de mensuração da competência midiática numa perspectiva comparada entre os cenários brasileiros e euroamericanos.

Diagnóstico da competência midiática

Num primeiro momento, o projeto está fazendo o levantamento dos dados para serem comparados posteriormente com os outros contextos socioculturais investigados. O objetivo da pesquisa é realizar um diagnóstico dos níveis de competência midiática de cinco grupos distintos: crianças de 9 a 12 anos, jovens de 14 a 16 anos, universitários de 19 a 21 anos, professores universitários e profissionais de comunicação. Este estudo está sendo realizado pelas seis universidades por meio de questionários online elaborados a partir das seis dimensões da competência midiática propostas por Ferrés e Piscitelli (2015). Estas estão articuladas tanto no nível da leitura crítica quanto da produção criativa, são elas: tecnologia (compreensão do funcionamento das ferramentas de comunicação para entender como as mensagens são criadas e utilizá-las para se comunicar), linguagem (conhecimento dos códigos, das diferentes estruturas narrativas, das categorias e dos gêneros que compõem os diversos produtos mediáticos), ideologia e valores (compreensão das intenções e dos interesses contidos nas mensagens midiáticas), processos de interação (habilidade de participar e interagir com os conteúdos mediáticos), processos de produção e difusão (conhecimento das rotinas e dos processos da produção e difusão midiática) e estética (reconhecimento da qualidade estética e avaliação da inovação e originalidade de produtos mediáticos.). Os dados levantados no Brasil estão sendo comparados com os outros países que compõem a Rede Alfamed.

A Universidade Federal de Juiz de Fora, além de coordenar a equipe nacional, desenvolve o subprojeto com cinco públicos específicos da cidade de Juiz de Fora: os alunos do ensino fundamental e médio, os alunos universitários, professores universitários e os profissionais de comunicação. Para isso, foram selecionadas quatro escolas de ensino fundamental e médio (duas públicas e duas privadas); dois cursos de Comunicação e/ou Jornalismo (UFJF e universidade privada) e uma amostra de 20 professores e 6 profissionais de comunicação. No ensino fundamental e médio aplicamos os questionários para mensurar os níveis de competência midiática e desenvolvemos oficinas de audiovisual com o intuito de sensibilizar os alunos em relação às suas seis dimensões. Em relação aos profissionais de comunicação, avaliamos não apenas o nível de competência expressivo, tecnológico, dos processos de produção e programação e da dimensão estética, mas também das implicações ideológicas e éticas de suas mensagens e o conhecimento dos mecanismos de interação e socialização a partir de um grupo focal. No que se refere ao público universitário, avaliamos os níveis de competência por meio do questionário e promovemos a formação dos alunos a partir da responsabilidade social que está associada à competência midiática. Os professores também responderam ao questionário e foram avaliados os níveis de competência midiática.

Para concluir, é importante ressaltar que esta pesquisa pretende mapear as competências midiáticas dos públicos estudados a fim de propor, a partir dos resultados encontrados, ações de formação e promover o fomento do desenvolvimento de políticas públicas no Brasil que possam garantir o desenvolvimento da competência midiática, que se faz tão necessário neste começo do século XXI.

Referências bibliográficas

AGUADED, Jose Ignacio (coord). *La enseñanza obligatoria ante la competencia en comunicación audiovisual en un entorno digital*, MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACIÓN (MICYD). 2010. Espanha. Memoria Técnica.

BRAGA, José Luiz & CALAZANS, Maria Regina Zamith. *Comunicação e Educação: questões delicadas na interface*. São Paulo, Hacker, 2001.

BUCKINGHAM, David et all. *The Media Literacy of Children and Young People: A Review of the Academic Research*. Londres, OFCOM, 2005.

FERRÉS, J. La competencia en comunicación audiovisual. *Comunicar*, 2007, nº 29, págs. 100-107.

FERRÉS, Joan; PISCITELLI, Alejandro. Competência midiática: proposta articulada de dimensões e indicadores. *Lumina*, 2015, Vol. 9, n.1, págs.1-16.

UNAOC, *The Fifth Global United Nations Alliance of Civilizations Forum*, Vienna 27-28 February, 2013. Disponível em http://www.vienna5unaoc.org/fileadmin/user_upload/Reports/5th_UNAOC_Global_Forum_Final_Report.pdf.