

“Acordos mediáticos”: educação para os *Media* no ensino superior em diálogo com a avaliação em contexto educativo

Dulce Melão

Escola Superior de Educação de Viseu / CI&DETS / Instituto Politécnico de Viseu

RESUMO

Atualmente estabelecemos pactos diversificados com os Media, cuja influência no dia-a-dia tem sido crescente, face à quantidade de informação que permanentemente somos convidados a (di)gerir. Celebramos, assim, quotidianamente, “acordos” com os Media, implícitos e explícitos, de diversa ordem, que merecem ponderação. No ensino superior, os estudantes participam também de tais pactos, porventura mais relevantes para os futuros profissionais da Comunicação Social. Neste sentido, apresentamos os resultados de um estudo exploratório, realizado no âmbito da unidade curricular de Teoria da Informação e da Comunicação II, na qual a avaliação das aprendizagens contemplou a exploração e disseminação dos “acordos” com os Media supra citados, com base na iniciativa 7 dias com os Media, abrindo uma reflexão possível sobre o papel omnipresente dos Media na sociedade. Assim, traçámos os seguintes objetivos para este estudo: i) apresentação de um breve enquadramento teórico sobre as práticas de leitura mediática realizadas pelos estudantes no ensino superior; ii) apresentação e discussão dos resultados do nosso estudo, contemplando a abordagem pedagógica realizada no contexto da avaliação da unidade curricular de Teoria da Informação e da Comunicação II. Concluímos que o trabalho realizado possibilitou aos estudantes uma reflexão mais apurada sobre a importância dos Media no quotidiano, contribuindo possivelmente para o desenvolvimento de um exercício de cidadania mais amplo e ativo.

Palavras-chave: educação para os media, ensino superior, avaliação.

ABSTRACT

Today we establish diversified pacts with the Media, whose influence in a day-to-day basis has been increasing, given the amount of information that we are permanently invited to manage. Thus, every day we celebrate implicit and explicit “agreements”, of various kinds, with the Media, which deserve consideration. In higher education, students also participate in such pacts, perhaps more relevant for future media professionals. In this sense, we present the results of an exploratory study, carried out in the curricular unit of Theory of Information and Communication II, in which learning assessment included the exploration and dissemination of the “agreements”, of various kinds, with the Media mentioned above, based on the initiative 7 days with the media, opening a possible reflection on the ubiquitous role of the media in society. Thus, we set out the following objectives for this study: i) conduct a brief literature review on media literacy practices carried out by the students in higher education; ii) presentation and discussion of the results of our study, considering the pedagogical approach undertaken in the context of the assessment of the curricular unit of Theory of Information and Communication II. We conclude that the work enabled students to undertake a more accurate reflection of the importance of the media in everyday life, possibly contributing to the development of a broader and active exercise of citizenship.

Keywords: media education, higher education, assessment.

1. INTRODUÇÃO

Hoje, talvez mais do que nunca, lemos o mundo através dos *Media*. Nos ecrãs dos telemóveis, dos *tablets* ou dos computadores portáteis chegam-nos notícias ao minuto, imagens partilhadas no *Facebook*, fragmentos da vida que passa lá fora.

Nas representações que temos da omnipresença dos *Media* no quotidiano entretecem-se, pois, práticas de leitura em suporte digital (e ainda, muitas vezes, impresso) que nos vão abrindo/fechando janelas para o(s) Outro(s).

Em contexto educativo, importa refletir, de forma crescente, sobre tais práticas, não só pela maneira como nele intervêm mais ou menos explicitamente mas sobretudo pelo modo como poderão contribuir para que, no processo de tornar-se cidadão, o estudante encontre espaços de acolhimento para as leituras que Outros fazem da realidade – num processo que se pretende germinador do (re) conhecimento de si no(s) Outro(s).

É na tela maior exposta nos primeiros parágrafos desta reflexão que se enquadra o estudo de tipo exploratório que realizámos no âmbito da unidade curricular de Teoria da Informação e da Comunicação II, na qual a avaliação das aprendizagens contemplou a exploração e disseminação de um projeto denominado “Acordos mediáticos”. O projeto foi criado com base na iniciativa *7 dias com os Media*, abrindo uma reflexão possível sobre o papel omnipresente dos Media na sociedade, aspeto que a designação do projeto (construída pelos estudantes e pela docente) procura refletir, colocando a ênfase, por um lado, nos pactos estabelecidos, individualmente, com os *Media*, no dia-a-dia e, por outro, no caráter público (e, apenas nesse sentido, com a possibilidade de serem “mediáticos”) que podem assumir, dependendo do modo como cada um interage com os *Media* (por exemplo, como jornalista-cidadão *online*; cf. 3.1.).

Assim, teremos como objetivos: i) apresentar um breve enquadramento teórico sobre a importância das práticas de leitura mediática realizadas pelos estudantes no ensino superior; ii) apresentar e discutir os resultados do nosso estudo, contemplando a abordagem pedagógica realizada no contexto da avaliação da unidade curricular de Teoria da Informação e da Comunicação II.

2. ENQUADRAMENTO TEÓRICO

É consensualmente reconhecido que atualmente estabelecemos pactos diversificados com os *Media* (Cardoso, Espanha & Lapa, 2007; Gómez, 2011), cuja influência no dia-a-dia tem sido crescente, face à quantidade de informação que permanentemente somos convidados a (di)gerir (Furtado, 2012; Martins, 2011).

No ensino superior, os estudantes participam também de tais pactos, porventura mais relevantes para os futuros profissionais da Comunicação Social, na medida em que estarão ainda mais omnipresentes no seu quotidiano.

O cruzamento dos estudos sobre as práticas de leitura dos estudantes do ensino superior com as práticas de literacia digital em que se envolvem fornecem-nos dados relevantes sobre o modo como estes leem, atualmente, através dos *Media*.

Alguns estudos sobre o perfil de leitor dos estudantes do ensino superior apontam para: i) a possibilidade de as suas práticas de leitura incluírem, sobretudo, materiais relacionados com a formação académica que estão a realizar (Fernandes & Maia, 2013; Lourenço & Zafalon, 2011); ii) a sua dieta mediática ser constituída, em larga medida, pela televisão (Delgado, 2011; Marinho & Pinto, 2004), pela televisão em conjugação com a navegação na *Internet* (Delgado, 2011) e pela leitura de jornais algumas vezes por semana (Moura, Matsudo & Andrade, 2001; Rösing, Rettenmaier & Capellari, 2009).

Outros estudos que consideram as práticas de literacia digital nas quais os estudantes do ensino superior se envolvem sublinham que tais práticas têm marcadamente lugar para a prossecução de trabalhos de índole académica, em contextos de aprendizagem, assumindo um caráter diversificado (por exemplo, Lea & Jones, 2011; Morais & Ramos, 2011; Silva, Melão & Balula, 2013).

Assim, dado o contexto académico específico dos estudantes futuros profissionais de Comunicação Social, pensamos ser relevante que o processo de avaliação das unidades curriculares cujos conteúdos programáticos possibilitem uma abertura à leitura dos *Media* – como no caso da unidade curricular de Teoria da Informação e da Comunicação II – inclua a planificação de atividades que a favoreçam.

3. APRESENTAÇÃO DO ESTUDO REALIZADO

Nesta seção, apresentamos e analisamos os resultados de um estudo exploratório, realizado no segundo semestre do ano letivo 2013/2014, no âmbito da unidade curricular de Teoria da Informação e da Comunicação II, com 70 estudantes do 1.º ano do Curso de Comunicação Social, cujo regime de avaliação contemplou, entre outras componentes, o desenvolvimento, planificação e execução de um projeto intitulado “Acordos mediáticos”, tendo como ponto de partida a iniciativa nacional *7 dias com os Media*. Esta iniciativa, de acordo com os seus responsáveis, reveste-se de importância:

Numa era em que, apoiados nas tecnologias de informação e comunicação, cada vez mais cidadãos acedem à palavra e à voz no espaço público, as questões da liberdade – e da consequente responsabilidade – colocam-se ainda com mais premência, como desafio à qualidade da vida pública, na sociedade global. Daí o início da Operação SETE DIAS COM OS MEDIA a 3 de maio, DIA MUNDIAL DA LIBERDADE DE IMPRENSA (Grupo Informal sobre Literacia para os Media, s/p; maiúsculas dos autores)

O projeto foi integrado tendo por base os conteúdos programáticos da unidade curricular, nomeadamente os aspetos relativos aos tópicos consagrados às teorias de comunicação de massa e ao diálogo entre os Media e/(n)a Publicidade.

Foi atribuída uma ponderação de 20% a este trabalho, ponderação acordada com os estudantes no início do semestre, incluindo a avaliação da unidade curricular mais dois elementos: uma prova individual de avaliação (60%) e um trabalho individual (20%).

Os objetivos principais que nos nortearam para a inclusão deste trabalho no regime de avaliação da unidade curricular foram os seguintes: i) envolver os estudantes em iniciativas que lhes permitissem (re)construir o seu posicionamento crítico sobre a omnipresença dos *Media* na sociedade e suas repercussões; ii) favorecer a compreensão das relações entre a Publicidade e os *Media*, na sua multidimensionalidade; iii) facilitar o enquadramento das teorias de comunicação de massa na atual sociedade em rede, na complexidade crescente dos Media atuais que nos desafiam a uma interação permanente; iv) promover formas de cruzamento profícuo entre o trabalho autónomo dos estudantes e o trabalho colaborativo em sala de aula, entendendo ambos enquanto possibilidades de incrementar a autonomia em diálogo com a colaboração - do Outro e dos Outros para o Outro já que “Educar é educar-se pelo (e com) o Outro” (Fadigas, 2003, p. 212).

3.1. Fases do estudo

O projeto desenvolveu-se, ao longo de cinco semanas, em várias fases que passamos a descrever a seguir:

- Fase 1 – apresentação, aos estudantes, do projeto *7 dias com os Media* e debate sobre a importância do mesmo. Esta apresentação foi acompanhada pela disponibilização, na plataforma Moodle, de informação relativa à iniciativa realizada a nível nacional, sua pertinência e objetivos;

- Fase 2 – exploração, na aula, de *Media* em suporte impresso e digital, de modo a refletir sobre os “acordos mediáticos” que os estudantes celebrariam no dia a dia (contrastando, por exemplo, o modo como informação semelhante era facultada na primeira página dos jornais impressos e online; explorando formas de divulgação da notícia, *online*, pelo jornalista-cidadão e de avaliação da sua credibilidade/qualidade, etc.);

Fase 3 – planificação, por parte dos estudantes, dos projetos que teriam interesse em implementar e sua apresentação, em versão sumária, em sala de aula, de modo a recolher o *feedback* de todos, num diálogo colaborativo profícuo;

Fase 4 – apresentação oral, na íntegra, dos projetos na sala de aula; seleção conjunta dos projetos a partilhar com a comunidade escolar, bem como identificação do público-alvo ao qual se destinavam;

Fase 5 – apresentação dos projetos na semana de 3 a 7 de maio de 2014;

Fase 6 – avaliação dos projetos: i) pelos estudantes; ii) pelo público-alvo ao qual foram apresentados.

Apresentamos, no Quadro 1, alguns exemplos dos projetos planificados pelos estudantes e sua respetiva modalidade de apresentação sugerida:

Título do projeto	Modalidade de apresentação sugerida/público-alvo
“Os novos <i>Media</i> e a <i>Internet</i> : redes sociais”	Debate com os estudantes do 1.º ano do curso de Publicidade e Relações Públicas
“Os <i>Media</i> e as marcas publicitárias”	Debate com os estudantes do 1.º ano do curso de Publicidade e Relações Públicas

“O modo como os <i>Media</i> influenciam a vida quotidiana”	<i>Workshop</i> destinado aos estudantes do 2.º ano do curso de Comunicação Social
“Papel/lugar dos <i>Media</i> no quotidiano profissional: que desafios?”	Realização de uma conferência no auditório da escola com a presença do jogador de futebol João Alves (Académico de Viseu) e da jornalista Sandra Ferreira, do Jornal de Notícias (destinado aos estudantes do curso de Comunicação Social)
“Influência dos <i>Media</i> na sociedade”	Debate com um jornalista convidado (para toda a comunidade)
“Jornal televisivo: o que está para lá do ecrã”	Debate destinado aos estudantes do 2.º ano do curso de Comunicação Social
“Influência dos <i>Media</i> no quotidiano familiar”	Documentário em vídeo que realce a influência dos <i>Media</i> no quotidiano familiar (a apresentar em locais-chave da escola)
“A presença constante dos <i>Media</i> no quotidiano”	Conferência com a participação de um jornalista e de um psicólogo (destinada aos estudantes do curso de Comunicação Social)

Quadro 1 – Projetos apresentados pelos estudantes e suas modalidades de apresentação/público-alvo

Da análise do Quadro 1 é possível inferir que os estudantes selecionaram temas diversificados, possivelmente ilustrativos do modo como leem o mundo através dos *Media*: i) em contexto familiar; ii) no quotidiano em geral; iii) na sua relação com as marcas publicitárias; iv) por intermédio do jornal televisivo; v) nas redes sociais; vi) pelo seu futuro papel em contexto profissional.

Apesar do interesse manifestado pelos estudantes ao longo do processo de concepção dos projetos enumerados, foi possível identificar alguns desafios relativos a implementação dos mesmos, nomeadamente:

- A carga horária semanal do curso frequentado que oralmente referiram enquanto aspeto que dificultaria a planificação do trabalho a realizar. Este aspeto estaria possivelmente relacionado com as dificuldades dos estudantes em gerir/planificar o tempo de que dispunham de forma adequada;
- A disponibilidade de horário de outros docentes, de modo a que as atividades planificadas tivessem efetivamente lugar junto do público-alvo ao qual os estudantes as tinham destinado.

Dos projetos apresentados, três foram selecionados pelos estudantes e pela docente para terem lugar na semana de 3 a 7 de maio de 2014, tendo como público-alvo: i) os estudantes do 2.º ano do curso de Comunicação Social (Debate: “Jornal televisivo: o que está para lá do ecrã”) e ii) os estudantes do 1.º ano do curso de Publicidade e Relações Públicas (Debates: “Os novos *Media* e a *Internet*: redes sociais” e “Os *Media* e as marcas publicitárias”). Os debates foram precedidos de uma apresentação de cerca de 20 minutos sobre a temática a explorar.

3.2 Avaliação

No final da apresentação dos projetos pelos estudantes, foi realizada a avaliação da inclusão da sua implementação no âmbito do processo de avaliação da unidade curricular de Teoria da Informação e da Comunicação II. Para tal, os estudantes realizaram uma reflexão individual, tendo-lhes sido solicitado que fizessem uma avaliação global do trabalho realizado, mencionando os aspetos que consideravam positivos, bem como desafios que lhes teriam estado inerentes.

Foram recolhidas, na sala de aula, 52 reflexões individuais dos estudantes que estavam presentes no dia em que foram solicitadas. A nossa opção metodológica recaiu na análise de conteúdo de tipo exploratório (Coutinho, 2011), tendo seguido, embora com adaptações, a proposta de Bardin (2004) que sugere três etapas do processo de análise de conteúdo: (1) pré-análise, (2) exploração do material, (3) o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação.

No Quadro 2, apresentamos a síntese que resultou da categorização realizada:

Categorias	Subcategorias	Ocorrências
Aspetos positivos do trabalho realizado	Incremento do conhecimento dos <i>media online</i>	32
	Melhoria do espírito de colaboração entre os elementos do grupo	9
Desafios encontrados no trabalho realizado	Gestão do tempo	3
	Relação com os colegas	2
	Cumprimento dos prazos do trabalho	1
Aspetos negativos do trabalho realizado	Excesso de tarefas a realizar	3
	Desinteresse por este tipo de trabalho	2

Quadro 2 – Avaliação do trabalho realizado pelos estudantes – categorização

A análise do Quadro 2 possibilita-nos inferir que a maioria dos estudantes considerou o trabalho realizado positivo, nomeadamente pelo “Incremento do conhecimento dos *media online*” e pela “Melhoria do espírito de colaboração entre os elementos do grupo”.

Os desafios relativos ao trabalho realizado prendem-se com aspetos que os estudantes referiram, oralmente, ao longo das aulas: a gestão do tempo, a relação com os colegas e o cumprimento dos prazos do trabalho. Tais desafios serão possivelmente comuns ao trabalho realizado em outras unidades curriculares, dado ser comum os regimes de avaliação contemplarem a realização de trabalhos em grupo que exigem dos estudantes melhor gestão do tempo e, sobretudo, o incremento de práticas comunicacionais interpessoais mais exigentes.

Os aspetos negativos do trabalho realizado merecem também atenção por apontarem: i) para a possível dificuldade de os estudantes levarem a cabo as tarefas inerentes às distintas fases do trabalho; ii) para o seu desinteresse relativamente aos temas abordados, que poderá repercutir-se no modo como se veem e reveem, quotidianamente, nos *media*.

4. SÍNTESE FINAL

Apesar de algumas dificuldades referidas ao longo desta reflexão, a participação ativa dos estudantes num projeto que se relacionava vivamente com os desafios mediáticos que compunham o seu quotidiano foi considerada uma mais-valia.

Na sequência do interesse manifestado pela (re)descoberta dos jornais *online* abordada por alguns estudantes, foi possível desenvolver um outro estudo nesta unidade curricular que complementou as leituras mediáticas encetadas pelos estudantes e, espera-se, o seu posicionamento crítico porque, como refere Agualusa (2013, p. 81), “Quanto mais alto estivermos, quanto mais sonharmos, mais longe vemos.” E, conseqüentemente, mais “somos”.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agualusa, J. E. (2013). *A vida no céu – romance para jovens e outros sonhadores*. Lisboa: Quetzal.
- Bardin, L. (2004). *Análise de conteúdo* (ed. original 1977). Lisboa: Edições 70.
- Cardoso, G. (Coord.); Espanha, R.; Lapa, T. (2007). *E-Generation: os usos de media pelas crianças e jovens em Portugal*. Lisboa: CIES-ISCTE.
- Coutinho, C. P. (2011). *Metodologia de investigação em ciências sociais e humanas: teoria e prática*. Coimbra: Almedina.

- Delgado, B. G. (2011). Estudio de los hábitos lectores de los estudiantes de la Universidad Europea de Madrid. *Ibersid*, 5. Acedido em 1 de Março, 2015, em 99-107. <http://ibersid.eu/ojs/index.php/ibersid/article/view/3890>
- Fadigas, N. (2003). A educação como acontecimento: entre a socialização e a personalização, a sampling educativa ou a tradição transplantada. In A. D. de Carvalho (Org.), *Sentidos contemporâneos da educação* (pp.187-218). Porto: Edições Afrontamento.
- Fernandes, R. S. G. & Maia, R. F. (2013). Comportamento leitor de universitários: um estudo com alunos de administração e computação. *Anais do SILEL*, 3, (1). Uberlândia: EDUFU. Acedido em 6 de Março, 2015, em http://www.academia.edu/6694796/Comportamento_Leitor_de_Universit%C3%A1rios_Um_Estudo_com_Alunos_de_Administra%C3%A7%C3%A3o_e_Computa%C3%A7%C3%A3o
- Furtado, J. A. (2012). *Uma cultura de informação para o universo digital*. Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos.
- Gómez, J. I. A. (2011) Pantallas en la sociedad audiovisual: edu-comunicación y nuevas competencias. In S. Pereira. (Org.), *Congresso Nacional "Literacia, Media e Cidadania"* (pp. 11-22). Braga: Universidade do Minho.
- Grupo Informal sobre Literacia para os Media (2014). *7 dias com os media*. Acedido em 6 de Março, 2015 em <http://www.literaciamediatca.pt/7diascomosmedia/apresentacao>
- Lea, M. R. & Jones, S. (2011). Digital literacies in higher education: exploring textual and technological practice. *Studies in Higher Education*, 36 (4), 377-393. doi: 10.1080/03075071003664021
- Lourenço, C. & Zafalon, Z. R. (2011). Estudo sobre o comportamento leitor dos alunos do curso de Biblioteconomia e Ciência da Informação da Universidade Federal de São Carlos. In: *Anais Eletrônicos do XXIV Congresso Brasileiro de Biblioteconomia, Documentação e Ciência da Informação*, Maceió. Acedido em 1 de Março, 2015 em <http://febab.org.br/congressos/index.php/cbbd/xxiv/paper/view/625/637>
- Marinho, S. & Pinto, M. (2004). Representações dos estudantes de comunicação/jornalismo acerca do jornalismo e dos jornalistas: um estudo de caso. Comunicação apresentada ao *III Congresso Luso-Galego de Estudos Jornalísticos*, Santiago de Compostela, 4 e 5 de outubro. Acedido em 7 de Fevereiro, 2015, em <http://hdl.handle.net/1822/3878>
- Martins, M. de L. (2011). *Crise no castelo da cultura. Das estrelas para os ecrãs*. Coimbra: Grácio Editor.
- Morais, N. S. & Ramos, F. (2011). O uso de tecnologias da comunicação pelos alunos do ensino superior público português - um projeto em curso. *Challenges 2011 - VII Conferência Internacional de TIC na Educação*. Acedido em 7 de Fevereiro, 2015, em <http://hdl.handle.net/10773/5607>
- Moura, E. S.; Matsudo, S. M. & Andrade, D. R. (2001). Perfil do hábito de leitura de alunos do curso de Educação Física do Centro Universitário UniFMU. *Revista Brasileira de Ciência & Movimento*, 9, (2), 29-37. Acedido em 7 de Fevereiro, 2015, em <http://portalrevistas.ucb.br/index.php/RBCM/article/viewFile/385/438>
- Rösing, T., Rettenmaier, M. & Capellari, C. (2009). Con perdón por la rima pobre: livro e leitura, fome versus fartura. In E. Martos & T. M. K. Rösing (Coord.) *Prácticas de lectura y escritura* (pp. 459-483). Passo Fundo: Editora Universidade de Passo Fundo.
- Silva, A. I., Melão, D. H. & Balula, J. P. R. (2013). Acesso à informação: percepções e práticas no ensino superior na era da globalização. *VI Encontro Ibérico EDICIC 2013. Globalização, ciência, informação: atas*. Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto - CETAC. MEDIA, 1282-1296. Acedido em 1 de Fevereiro, 2015, em <http://repositorio.ipv.pt/handle/10400.19/1879>