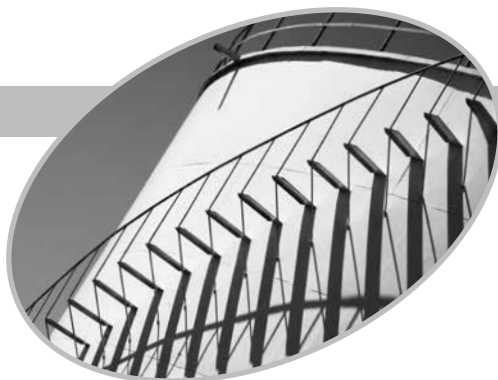


O ensino no mundo midiático: construindo uma caixa de ferramentas¹



Dragan Milinkovic Fimon

*Universidade de Artes Audiovisuais ESRA
Paris – Skopje – New York
Academia de filmes europeus
E-mail: fimon@ien.bg.ac.rs*

Resumo: No século XXI, estudantes chegam à escola com habilidades diferentes das gerações anteriores. Preparar professores para trabalhar com esses alunos é um desafio. Introduzir o Letramento Midiático no currículo escolar automaticamente significa mudar de rumo. O artigo delinea o que é o Letramento Midiático, as diferenças em relação à Educação Midiática e as necessidades desse tipo de competência, bem como as estratégias para implementá-lo, na sociedade contemporânea.

Palavras-chave: saturação midiática, letramento midiático, educação midiática, aprendizado colaborativo.

La educación en el mundo de los medios: la construcción de una caja de herramientas

Resumen: En el siglo XXI, los estudiantes llegan a la escuela con habilidades diferentes de las generaciones anteriores. Preparar los profesores para trabajar con estos estudiantes es un reto. Introducir la alfabetización mediática en el plan de estudios significa cambiar de dirección de forma automática. El artículo describe lo que es la alfabetización mediática, las diferencias en relación con la educación en medios y las necesidades de este tipo de competencia, así como las estrategias para su aplicación en la sociedad contemporánea.

Palabras clave: saturación de los medios de comunicación, alfabetización de los medios de comunicación, educación en medios, aprendizaje colaborativo.

Education in the media world: building a toolbox

Abstract: In the 21st century, teachers of every level face the challenge of dealing with students far more accustomed with the media environment than ever before. The goal of media literacy is to provide a thoroughly new approach to media culture and education, bearing in mind that nowadays children live in a world full of information. It helps teachers and students to develop a critical understanding of the media and its relationship with knowledge and society, providing some a more reflexive view, which is decisive to a better understanding of democracy.

Keywords: media literacy, teaching, media environment, teachers, collaborative learning.

Saturação Midiática

Querendo ou não, a mídia traz o mundo para dentro de nossas regularmente todos os dias. A partir dela, descobrimos a respeito da guerra e da paz, sobre o meio-ambiente, novas descobertas científicas e tudo o mais. Somos dependentes da mídia de massa para saber o que está acontecendo nos cenários físico, social, econômico e político. Quase tudo o que sabemos sobre pessoas, lugares e eventos que não podemos visitar em primeira mão vem da mídia. Além disso, dependemos também do entretenimento da mídia. A televisão e cinema se tornaram os contadores de história da nossa geração: nos dizem como somos, em que acreditamos e o que queremos ser, de uma forma sofisticada e não muito controlada, como explicado na publicação sobre educação “A mídia e você: um currículo de letramento para o ensino básico (*Media and You: An Elementary Literacy Curriculum*)”, de Kathleen R. Tyner and Donna Lloyd Kolkin (Tyner; Kolkin, 1991).

Para contar histórias, a maioria das empresas públicas e privadas têm departamentos de Relações Públicas (RP), que tem como

¹ Traduzido do inglês por Natália Diogo, do Mestrado em Comunicação da Cásper Líbero, e Taís de Auxílio, integrante do Grupo de Pesquisa “Mídia, instituições e poder simbólico”.

propósito levar suas “boas notícias” para a consciência do público. Alguns deles têm tanto sucesso de conseguir reportar como “notícia” o que se origina, na verdade, dos departamentos de RP e *press releases*.

Quando a internet se torna um fato da vida, o pensamento crítico que ajuda os jovens a navegar pelas mídias tradicionais é ainda mais importante



Líderes políticos descobriram a influência da mídia. Aqueles que usam a mídia tendem a obter mais sucesso, independente de políticas públicas ou integridade pessoal. A economia mundial está rapidamente se tornando uma economia da informação, que por sua vez se torna um bem a ser comprado e vendido. Vivemos o perigo de criarmos uma classe de pessoas “ricas de informação” e “pobres de informação”, resultando na inabilidade dos “pobres de informação” a ter acesso à informação necessária para melhorar suas vidas, avisa Len Masterman, respeitado autor britânico em seu livro *Ensinando Mídia* (Teaching the Media) (Masterman, 1985).

Letramento Midiático

Por centenas de anos, a sociedade valorizou o letramento, a habilidade de ler e entender textos. Na sociedade de hoje, a imagem visual é mais importante do que a palavra impressa. No entanto, parece não haver a mesma preocupação em relação à compreensão do significado das imagens visuais. O mundo de amanhã será ainda mais dominado pela mídia de massa e tecnologias de comunicação. Gerações futuras precisarão compreender como a mídia de massa influencia a sociedade. Ou mais precisamente,

nós definitivamente pertencemos à uma civilização da imagem, que está ditando novos questionamentos sobre o letramento humano na vida contemporânea. É por isso que precisamos desenvolver novas habilidades de comunicação – o letramento midiático.

A definição tradicional de letramento, quando o impresso era o principal formato de mídia, era a habilidade de decodificar, entender e comunicar no suporte impresso. Mas o mundo evoluiu, e a mídia impressa não é mais o formato dominante, papel usurpado pela mídia eletrônica. De acordo com Maureen Baron, administrador multimídia da *English Montreal School Board*, para serem consideradas letradas hoje, as pessoas devem ser capazes de: a) decodificar, entender, interpretar e escrever em todos os formatos de mídia; b) ler, interpretar e criar textos, imagens e áudio, ou qualquer combinação desses elementos. Em outras palavras, sujeitos letrados devem possuir o letramento midiático além do letramento impresso, numérico e tecnológico (Baron, 2011:3-4).

Rick Shepard, especialista letramento midiático do *Quadrant Educational Media Services*, em Toronto, considera o assunto como um entendimento crítico da mídia de massa, o que envolve o exame da técnica, das tecnologias e das instituições envolvidas na produção de mídia; ser capaz de analisar criticamente as mensagens da mídia; e reconhecer o papel que a audiência tem ao conferir significado a essas mensagens (Shepherd, 1996).

Letramento Midiático é a habilidade de filtrar e analisar as mensagens que informam, entretêm e nos são vendidas todos os dias. É a habilidade de ensinar o pensamento crítico que abrange todas as formas de mídia, desde clipes musicais e ambientes *web* até o merchandising de produtos em filmes e *displays* virtuais de conteúdos diversos.

Está relacionada com o questionamento sobre o que está na mídia, e perceber o que não está. É o instinto de questionamento por detrás dos produtos da mídia, como filmes, dinheiro, valores e propriedade, e a consciência de como

esses fatores influenciam a produção de conteúdo, sugere Jame Tallim, especialista em educação do *Eastern Ontario* (Tallim, 2011:1).

Para Wally Bowen, Letramento Midiático é buscar dar poder aos cidadãos e transformar sua relação passiva com a mídia para um engajamento ativo, capaz de desafiar as tradições e estruturas de uma cultura privatizada e comercial, e encontrar novas formas para um discurso cidadão (Bowen, 1996).

Letramento Midiático é também um termo abrangente que incorpora três estágios que levam à capacitação midiática, friza Elizabeth Thoman, fundadora e presidente do *American Center for Media Literacy*.

O primeiro estágio é simplesmente se tornar ciente da importância de gerenciar sua “dieta” de mídia – ou seja, fazer escolhas e diminuir o tempo gasto com televisão, vídeos, jogos eletrônicos, filmes e diversos formatos de mídia impressa.

O segundo estágio é aprender habilidades específicas de visão crítica – aprender a analisar e questionar o que está na mensagem da mídia, como isso é construído e o que foi deixado de fora. A habilidade do olhar crítico é aprendida através de aulas baseadas em questionamentos ou atividades interativas de grupo, e também na experiência de criar e produzir suas próprias mensagens midiáticas.

O terceiro estágio explora questões mais profundas. Quem produz a mídia que nós consumimos, e para que propósito? Quem ganha? Quem perde? E quem decide? Esse estágio de análise social, política e econômica se volta para o fato de que toda a sociedade dá significado à nossa experiência midiática, e de como a mídia de massa é responsável pela economia de consumo global. Esse questionamento muitas vezes abre caminho para os esforços de vários defensores da mídia para desafiar ou reformular políticas públicas e práticas corporativas (Thoman, 1995:2).

● Por que ensinar Letramento Midiático?

Hoje, a definição de letramento vai além de saber ler e escrever. Para ser letrado no mundo

saturado pela mídia, as crianças e jovens – na verdade, todos nós – temos que saber ler as mensagens que diariamente nos informam, entretêm e nos são vendidas. Quando a internet se torna um fato da vida, o pensamento crítico que ajuda os jovens a navegar pelas mídias tradicionais é ainda mais importante.

As pessoas com letramento midiático entendem que a mídia é construída para transmitir ideias, informação e notícias a partir da perspectiva de outra pessoa. Elas compreendem que há uma técnica específica que é usada para criar emoções, e conseguem identificar essas técnicas e suas intenções e efeitos reais. Estão cientes que a mídia beneficia algumas pessoas, mas deixam outras de fora e podem formular (e às vezes responder) questões sobre quem se beneficia, quem fica de fora, e o porquê. Pessoas que têm letramento midiático usam a mídia para seu próprio benefício e satisfação. Elas sabem agir, em vez de serem as vítimas. Dessa forma, elas se tornam melhores cidadãos, sugere Pat Kipping (2005).

Dan Blake, do *Canadian Association of Media Education*, nos oferece seis razões para ensinar o Letramento Midiático:

1. Nós vivemos em um ambiente midiático.
2. O Letramento Midiático promove o pensamento crítico.
3. Ter letramento midiático significa ser um cidadão com educação formal.
4. O Letramento Midiático promove a participação ativa no ambiente midiático.
5. A educação midiática nos ajuda a entender as tecnologias de comunicação.
6. O Letramento Midiático deve ser integrado gradualmente em todas as áreas de interesse do sistema educacional contemporâneo (Blake, 2011: 3).

● Estudos de Mídia, Letramento Midiático ou Educação Midiática?

Pesquisadores de Comunicação usam os termos “Letramento Midiático”, “Educação Midiática” e “Estudo de mídia” quase intercambiavelmente. “Estudos de mídia”

refere-se às ocasiões quando uma escola ou professores organizam cursos específicos ou unidades para estudar a mídia; “Letramento midiático” é o resultado esperado do trabalho da educação midiática ou do estudo de mídia. Quanto mais você aprende sobre e pela mídia, mais letramento midiático você tem.

Minha preferência pessoal é pelo uso do termo “educação midiática” como uma descrição mais abrangente de tudo o que acontece em uma sala de aula orientada para a mídia, independente da matéria em questão ser inglês, história, geografia ou ciência. Há muito aprendizado de mídia que pode ser feito nessas áreas de aprendizado e muitas outras, considera o *expert* em mídia Chris Wornsnop (Wornsnop, 1994:1).

De fato, o Letramento Midiático é uma qualidade que pode ser alcançada (“ei, olha só, eu sou letrado midiaticamente!”), enquanto a Educação Midiática é um processo em construção, que pode evoluir (“a minha educação midiática está se tornando mais forte a cada dia”).

Em todos os países há milhares de professores e mestres, além de educadores de todos os tipos, incluindo religiosos em mesquitas, igrejas, templos e sinagogas, chefes de esportes, organizadores de atividades extracurriculares e técnicos esportivos. Todos eles têm algo em comum: um compromisso, e até mesmo uma paixão, ou preferencialmente a missão, de ajudar as próximas gerações a obter as ferramentas necessárias para se tornarem pessoas saudáveis e completas, cidadãos ativos e informados, profissionais e ativistas conhecidos, adultos e pais amorosos.

Professores são, de certa forma, um tipo de “pais alternativos” para nossas crianças, ajudando-as a se preparar para a vida em sociedade. O verbo “ajudar” é usado para enfatizar que os professores não estão sozinhos ou isolados. Os pais, estudantes, a comunidade, a sociedade, a família, instituições religiosas e a mídia são apenas alguns dos educadores que os estudantes encontram

durante a vida. Esses educadores, às vezes em harmonia, outras vezes não, ensinam os alunos a se comunicar, criticar, contar, se importar e contribuir.

Tradicionalmente isso foi feito pelo suporte impresso, pelos números e pelas artes. O mundo evoluiu, e a mídia em geral – e em particular a mídia popular – agora tem um papel mais proeminente do que no passado. Os alunos precisam do conhecimento, das ferramentas, das habilidades e da competência para se comunicar, criticar, criar, se importar e contribuir, agora que a mídia toma grande parte de nossas vidas hoje.

Para que serve a Educação Midiática?

A Educação Midiática estimula um exame mais aprofundado do mundo midiático: a quem essa mensagem se destina? Quem quer atingir essa audiência, e por quê? De qual perspectiva essa história está sendo contada? Que vozes estão sendo ouvidas, e quais estão ausentes? Que estratégias essa mensagem usa para captar minha atenção e me fazer sentir incluído? Em nosso mundo multitarefado, comercializado, globalizado e interativo, a educação midiática não significa ter todas as respostas, e sim saber fazer as perguntas certas. O resultado é a melhora da capacidade do cidadão por toda a vida, diz Kathleen Tyner em seu excelente livro *Literacy in a Digital World* (Letramento no Mundo Digital) (Tyner, 1988).

Os educadores da mídia baseiam sua atividade nos conceitos-chave e nos princípios do letramento midiático. Esses conceitos fornecem a base para o exame crítico da mídia de massa e da cultura popular. John Pungente considera oito conceitos-chave:

1. **Toda mídia é contrução** – a mídia não apresenta reflexões simples acerca da realidade externa. Em vez disso, traz contruções especialmente elaboradas que refletem muitas decisões e resultam de muitos fatores determinantes. O letramento midiático trabalha desconstruindo esse

processo, dividindo-os em pedaços para mostrar como são feitos.

2. **A mídia constrói a realidade** – a mídia é responsável pela maioria das observações e experiências através das quais nós construímos nosso entendimento pessoal do mundo e de como ele funciona. Grande parte da nossa percepção da realidade é baseada em mensagens da mídia pré-construídas e têm atitudes, interpretações e conclusões pré-estabelecidas. A mídia, em grande extensão, nos confere senso de realidade.
3. **A audiência negocia o significado da mídia** – a mídia nos proporciona muito do material com o qual podemos vislumbrar uma nuance da realidade, e nós todos “negociamos” significados de acordo com fatores individuais: necessidades pessoais e ansiedades, os prazeres ou problemas do dia a dia, atitudes sexuais ou raciais, bagagem familiar e cultural, e assim por diante.
4. **A mídia tem implicações comerciais** – letramento midiático visa encorajar o conhecimento a respeito de como a mídia é influenciada por fatores comerciais, e como estes afetam conteúdo, técnica e distribuição. A maior parte da produção midiática é um negócio visando gerar lucro. Questões de propriedade e controle são centrais: um relativamente pequeno número de indivíduos controla o que assistimos, lemos e ouvimos na mídia.
5. **A mídia contém mensagens ideológicas e valorativas** – todos os produtos midiáticos são “publicidades”, em algum sentido, na medida em que estão delineados valores e maneiras de viver. Explícitamente ou implicitamente, os principais veículos da mídia transmitem mensagens ideológicas sobre o sentido da vida, as virtudes do consumismo, o papel da mulher, a aceitação da autoridade, e o patriotismo inquestionável, entre outros.
6. **A mídia tem implicações sociais e políticas** – a mídia tem grande influência na

política e nas mudanças sociais. A televisão pode influenciar consideravelmente a eleição de um líder nacional com base na imagem. A mídia nos envolve em preocupações como os direitos civis, fome na África, e a epidemia de AIDS. Nos dão uma sensação de proximidade com relação aos problemas nacionais e preocupações globais, assim nos tornamos cidadãos da “Aldeia Global” de Marshall McLuhan.



Os conceitos-chave do letramento midiático fornecem a base para o exame crítico da mídia de massa e da cultura popular

7. **Forma e conteúdo são intimamente relacionados na mídia** – como Marshall McLuhan notou, cada meio tem sua própria gramática e codifica a realidade de uma forma particular. Mídias diferentes irão reportar o mesmo evento, mas criar diferentes impressões e mensagens.
8. **Cada meio tem uma estética única** – assim como percebemos o prazeroso ritmo de certas poesias e prosas, também devemos ter a habilidade de perceber as formas e efeitos das diferentes mídias (Pungente, 1989). Uma das mais estagnadas e errôneas concepções é a ideia de que “mídia” significa “vídeo” e que “letramento midiático” e “educação midiática” são termos atraentes para substituir a alfabetização com alguma novidade, alta tecnologia e menor demanda de direcionamento da imagem para o consumo. Ao contrário, “mídia” é, aparentemente, um termo para tudo que comunica. Educação midiática é uma tentativa de fazer cada um de nós, estudantes e profes-

sores, mais confortáveis, críticos e familiarizados com vários métodos de comunicação. Todos eles. Leitura, escrita, computadores, arte, música, TV, jornais, revistas, filmes, outdoors. Todos estes são importantes. Talvez devêssemos estar falando de “educações midiáticas” no plural, ao invés do singular. Não é isso ou aquilo. É isso e aquilo.

Algo fundamental para o letramento midiático é a habilidade de professores e alunos em distinguir fato de opinião

Se entendemos e aceitamos os oito conceitos-chave elaborados acima como o diagnóstico da nossa realidade midiática, poderíamos igualmente pensar em cinco teorias principais, e cinco questões correspondentes a estas teorias, pensando em um possível letramento midiático educativo:

1. Se todas as mensagens da mídia são construídas, **quem criou estas mensagens?**
2. Se todas as mensagens da mídia são construídas usando linguagem criativa com suas próprias regras, **que técnicas são usadas para atrair minha atenção?**
3. Se pessoas diferentes recebem as mesmas mensagens de formas diferentes, **como talvez diferentes pessoas compreendem esta mensagem de forma diferente de mim?**
4. Se a mídia possui valores e pontos de vista intrínsecos, **que estilo de vida, valores, pontos de vista são representados ou omitidos desta mensagem?**
5. Se as mensagens da mídia são construídas para obtenção de lucro e poder, **por que estas mensagens são enviadas?**

● Aprendizagem Colaborativa

Aparentemente, Educação Midiática é primariamente um processo de *pesquisa* sobre cultura midiática – ao invés de fatos ou detalhes sobre as questões da mídia ou produções que se tem que “compreender” para passar em um eventual teste. Letramento e Educação Midiática não é somente substituir Shakespeare por Spielberg.

Nas palavras do Ministro da Educação de Ontario (Canadá) em 1989 no *Media Literacy Resource Guide*: “Educação que objetiva aumentar a compreensão e aproveitamento dos estudantes a respeito de como a mídia trabalha, como ela produz significados, como ela organiza e constroi a realidade... (Ela) também objetiva proporcionar aos estudantes a habilidade de criar produtos midiáticos”.

Além de melhorar o acesso aos jovens, analisar e avaliar mensagens e expressões mediadas, a Educação Midiática possibilita aos estudantes *expressarem* e *comunicarem* seus pensamentos e visões usando todas as ferramentas criativas disponíveis hoje na cultura multi-midiática.

A pesquisa mostra que as habilidades que melhor combinam com as salas de aula da Educação Midiática habilidades analíticas (desconstrução) assim como habilidades de produção (construção). Professores interessados em Letramento Midiático precisam primariamente ser treinados em *organização, facilitando a aprendizagem centrada no aluno*.

Eles não necessariamente requerem conhecimento extensivo de teorias da mídia ou competência profissional em jornalismo, produção de vídeo ou de filmes. Mais do que tudo, Educação Midiática é uma “questão de significado”, diz Chris Worsnop, um dos líderes canadenses de Letramento Midiático. Isto é, uma exploração de ambas as partes, alunos e professores. A melhor preparação é simplesmente ter uma mente questionadora e a vontade de responder os as questões com aluno com um “Eu não sei. Como podemos achar isso?” (Worsnop, 1994).

A Educação Midiática de sucesso resulta não somente do *que* é ensinado mas do como é ensinado. *Bom ensino vem de bons professores*. Os melhores professores procuram avidamente oportunidades para explorar novos métodos e expandir seu repertório de estratégias para *cativar estudantes em seu próprio conhecimento*.

Ensino também leva à prática, e bons professores melhoram suas habilidades aprendendo pela vida toda, e por refletir regularmente com seus pares a efetividade de suas práticas em sala de aula.

Algo fundamental para o letramento midiático é a habilidade de professores e alunos em distinguir *fato* de *opinião*, e a aptidão para conduzir uma “análise fechada” ou uma “desconstrução profunda” das mensagens da mídia. Estas habilidades proporcionam uma base para edificar um processo internalizado de pensamento crítico que o letramento midiático encoraja - um processo que dá ao estudante ferramentas para filtrar informação e para que seu aprendizado seja para a vida toda. O fato mais desafiador na educação hoje é a transformação do papel do professor: não mais um “sábio no palco”, mas no lugar disso, um “guia ao lado”.

A aprendizagem colaborativa incluindo professores e estudantes, baseada nesta lista de 18 princípios para Educação Midiática, é provavelmente uma das maneiras de atingir este objetivo:

1. Educação Midiática é um trabalho significativo e sério. Uma aposta é o aumento da força das majorias como reforço à uma estrutura social democrática.
2. O centro unificador do conceito de Educação Midiática é o de representação. A mídia media. Não reflete a realidade, mas a representa. A mídia tem sistemas simbólicos ou sígnicos. Sem este princípio, não é possível uma Educação Midiática – tudo o mais é gerado a partir disso.
3. A Educação Midiática é um processo a longo prazo. O objetivo primevo deve ser uma alta motivação ao aluno.
4. Educação Midiática visa encorajar não simplesmente a inteligência crítica, mas a autonomia crítica.
5. A Educação Midiática é investigativa. Não deve impor valores culturais específicos.
10. A Educação Midiática lida com assuntos atuais e procura aproveitar oportunidades de discussão. Visa trabalhar as situações vividas pelos que aprendem por meio dela. Fazendo isso, se coloca no “aqui e agora” de um contexto histórico e ideológico maior.
11. O conceito chave da Educação Midiática são ferramentas analíticas ao invés do conteúdo alternativo.
12. Na Educação Midiática, o conteúdo é uma ferramenta para o fim. O fim é o desenvolvimento.
13. A efetividade da Educação Midiática pode ser avaliada por apenas dois critérios:
 - (a) a habilidade dos estudantes em aplicar seu pensamento crítico em novas situações.
 - (b) o grau de comprometimento e motivação que os estudantes estão dispostos a oferecer
14. De forma ideal, avaliação na Educação Midiática significa o estudante se auto-avaliar de duas maneiras, formativa e somativa.
15. A Educação Midiática pretende mudar a relação entre professor e estudante oferecendo a ambos objetos de reflexão e diálogo.
16. A Educação Midiática cumpre suas investigações via diálogo ao invés de discussão.
17. A Educação Midiática é essencialmente ativa e participativa, visando um desenvolvimento pedagógico mais aberto e democrático. Isto encoraja os estudantes a tomarem para si mais responsabilidade sobre seu próprio aprendizado, a fazerem parte do planejamento e terem perspectivas a longo prazo sobre o que saberão. Em resumo, a educação midiática é muito mais sobre uma nova área de estudo.

18. A Educação Midiática envolve aprendizagem colaborativa. É focada em grupos. Ela pressupõe que a aprendizagem individual é aprimorada não através da competição, mas através do acesso a ideias e recursos de todo o grupo.
19. Educação midiática consiste em trabalho prático e crítico. Ela reafirma a primacia da reprodução cultural.
20. A Educação Midiática é um processo holístico. Prima por criar relações com pais, profissionais da mídia e colegas professores.
21. A Educação Midiática é um comprometimento com a mudança contínua. Se desenvolve de forma não isolada e com uma contínua mudança da realidade.
22. Incentivar uma Educação Midiática é apoiar uma epistemologia diferente. O conhecimento já existente não é simplesmente transmitido por professores ou “descoberto” pelos alunos. Não é um fim, mas um princípio. É assunto para uma investigação crítica e um diálogo, fora do qual um novo conhecimento é ativamente criado por estudantes e professores. (Masterman, 1995)

No século 21, estudantes vão a escola com habilidades, informação e conhecimentos anteriores que não estiveram disponíveis para outras gerações. Preparar professores para trabalhar com estudantes que tem milhares de telas disponíveis, finalizam dúzias de videogames antes do jardim de infância e são mestres no uso de *smartphones* é um desafio para as muitas estruturas que apoiam a preparação dos professores. Se o Letramento Midiático e Educacional forem inseridos neste sistema, ele deve ser endereçado às instituições educacionais do topo à base:

- Agências de educação do Estado.
- Escolas de distritos e sub-distritos.
- Escolas ou instituições de aprendizado avançado.
- Agências independentes de capacitação professores, como museus, agências de arte, saúde ou governamentais, organizações religiosas e companhias de mídia.

- Educadores individuais ou profissionais da mídia que desejam melhorar seus conhecimentos e habilidades em educação para o Letramento Digital.

Conclusão

Educação Midiática é um processo que cumpre seu papel num cenário maior. O Letramento Midiático é uma *ligação* que gera mudança, porque relaciona o mundo afora com a sala de aula, ela auxilia no comprometimento do aluno através de um mundo multi-mídia no qual ele vive, e isto requer métodos de aprendizagem específicos para que o aluno ganhe as competências necessárias para ser um cidadão do século 21. Introduzir a Educação Midiática no currículo de nossas escolas significa automaticamente uma significativa mudança. A atitude dos professores para com a mídia de massa e os estudantes como consumidores ávidos é crucial para o sucesso de qualquer programa de Letramento Midiático.

Muitos estudantes trazem à sala de aula uma enorme quantidade de informação e experiências sobre a mídia – em muitos casos, muito mais que seus professores. É muito importante, portanto, para os professores começarem de onde seus alunos estão, é também necessário para eles levar seus estudantes aonde eles não estão.

Como foi dito anteriormente, o desafio mais importante na educação hoje é a transformação do papel do professor: não mais um “sábio no palco”, mas ao invés disso, um “guia ao lado”. O campo da mídia é amplo e amorfo, estendido não apenas à mídia tradicional como jornais, revistas, televisão e filmes, mas agora também abarcando muitas áreas da cultura popular como a moda, brinquedos, celebridades, etc. Qualquer um que deseje fazer parte desta área necessita de uma clara conceituação que possibilite a discussão de uma variedade de fatores complexos e interrelacionados. Para professores de educação fundamental, esta necessidade talvez seja ainda

maior do que para seus colegas do ensino médio devido à natureza mais fluída e integrada do ensino fundamental – as coisas tendem a apenas “aparecer” como um resultado do interesse e entusiasmo do estudante.

Mas Letramento Midiático não deveria ser considerado como um adicional a um currículo escolar já lotado. Como uma atividade verdadeiramente interdisciplinar, pode ser concebido de forma a facilitar a integração entre habilidades para o pensamento crítico, estética, estudo de mensagens de valor e estudos sobre as implicações sociais e políticas dos textos midiáticos. A educação Midiática deve permear muitas atividades em geografia e educação global, ciências, artes onde serão condicionadas às experiências da mídia de massa trazidas pelos jovens às salas de aula (Duncan, 1991).

Finalmente, lembremos que o Letramento Midiático é uma área de estudo nos Estados Unidos e Canadá que teve um início hesitante no final da década de 1960. Depois ficou esquecida, trazida de volta à tona no início da década de 1980, e novamente caiu no esquecimento por um tempo. Ironicamente, são os Estados Unidos – os grandes disseminadores de cultura popular na história – que prestaram atenção à essa influência ubíqua (de forma mais positiva, pois novos ventos sopram...). Felizmente, alguns países (notavelmente Inglaterra, Canadá e Austrália) têm tratado o assunto com muito mais seriedade. Mas não a maioria dos países da chamada União Europeia. Meus Balcãs estão ainda ouvindo atentamente as vozes do passado.

(artigo recebido ago.2013/ aprovado ago.2013)

Referências

- TYNER, K. R.; KOLKN, D. L. **Media and you: an elementary literacy curriculum**. Englewood's Cliffs: Educational Technology Publications, 1991.
- MASTERMAN, L. **Teaching the media**. London: Rutledge, 1985.
- BARON, M. "Why teach media literacy". **Media awareness network**. Disponível em: http://www.media-awareness.ca/english/teachers/media_literacy/why_teach_media_liter.cfm. Acesso em 10/08/2013.
- SHEPHERD, R. "Why teach media literacy". **Teach Magazine**. Toronto, outubro/novembro 1993.
- TALL M, J. "Why teach media literacy". **Media awareness network**. Disponível em: http://www.media-awareness.ca/english/teachers/media_literacy/why_teach_media_liter.cfm. Acesso em 10/08/2013.
- BOWEN, W. **Citizen for media literacy**. New York: Asheville, 1996.
- Thoman, E. "The 3 stages of media literacy". **Media awareness net**. Disponível em: http://www.media-awareness.ca/english/teachers/media_literacy/why_teach_media_liter.cfm. Acesso em 10/08/2013.
- KPPNG, P. Media literacy: an important strategy for building peace. **Peace Magazine**. Toronto, n. 5, 2005.
- BLAKE, D. "6 reasons for teaching media literacy". **Media awareness net**. Disponível em: http://www.media-awareness.ca/english/teachers/media_literacy/why_teach_media_liter.cfm. Acesso em 10/08/2013.
- WORSNOP, C. **Screening images: ideas for media education**. Mississauga: Wright Communications, 1994.
- TYNER, K. R. **Literacy in a digital world**. Manhan: Lawrence Erlbaum Ass. Publishers, 1998.
- PUNGENTE, J. "Eight key concepts for media literacy". In: DUNCAN, B. et al. **Media literacy resource guide**. Toronto: Ontario Ministry of Education, 1989.
- WORSNOP, C. "Preparing to teach with a media literacy focus". **Medialit.org**. Disponível em: <http://www.medialit.org/preparing-teach-media-literacy-focus>. Acesso em 10/08/2013.
- MASTERMAN, L. "18 principles of media education". **Mediacy – newsletter of Ontario's Association for Media Literacy**, v. 17, n. 3, 1995.
- DUNCAN, B. "Media literacy make it possible to see both the forest and the trees". **Education Forum**, Ontario Secondary Scholl Teacher's Federation, v. 17, n.1, 1991.

