

# V Congresso Literacia, Media e Cidadania

## Resumos

**Afixados em permanência**

### **Posters**

03 e 04 maio 2019 | 09h00 – 17h30 | Átrio Complexo Pedagógico da Universidade de Aveiro

### Índice

<i>Rigor informativo e isenção nos canais generalistas em sinal aberto: uma análise aos noticiários de horário nobre .....</i>	<b>2</b>
<i>Contribuições da Educomunicação para o Jornalismo: Possibilidades para a práxis do Jornalismo Cidadão .....</i>	<b>3</b>
<i>Transfiguração das imagens: resignificação do contexto e ameaças à democracia .....</i>	<b>5</b>
<i>Literacias digitais e inovação tecnológica: perspectivas de uma intersecção conceitual .....</i>	<b>7</b>
<i>Nove ilhas, sessenta e oito professores: desafios na conceção e gestão de uma oficina de formação em b-learning .....</i>	<b>8</b>
<i>A Estratégia nos Media Nacionais - A Análise Contextual e Transaccional .....</i>	<b>10</b>

## ***Rigor informativo e isenção nos canais generalistas em sinal aberto: uma análise aos noticiários de horário nobre***

**Alexandra Figueiredo** (Entidade Reguladora para a Comunicação Social/Departamento de Análise de Media)

**Bruna Afonso** (Entidade Reguladora para a Comunicação Social/Departamento de Análise de Media)

**Vanda Ferreira** (Entidade Reguladora para a Comunicação Social/Departamento de Análise de Media)

*Palavras-chave: rigor informativo, isenção, canais em sinal aberto, regulação*

### **Resumo:**

Num momento em que as plataformas digitais asseguram grande parte da disseminação de conteúdos jornalísticos, a rápida propagação de informação pouco rigorosa e isenta (que assume o seu extremo no fenómeno das “fake news”) coloca sérias questões à formação da opinião pública. Urge, por isso, acompanhar e refletir sobre o cumprimento das premissas de rigor e isenção inerentes à prática, à ética e à deontologia jornalísticas.

Tendo por base esse contexto, a Entidade Reguladora para a Comunicação (ERC) propõe uma reflexão sobre a forma como os deveres de rigor informativo e isenção são assegurados na informação diária dos quatro canais televisivos generalistas com emissão em sinal aberto (RTP1, RTP2, SIC e TVI).

Neste caso, esta reflexão será baseada na exposição/análise de alguns dos dados trabalhados pelo regulador português no âmbito da sua obrigação estatutária de assegurar que estes canais respeitam dois dos deveres da atividade jornalística que servem de garante à qualidade da informação que consumimos.

Entre os dados convocados para esta análise incluem-se três anos (2015, 2016 e 2017) de monitorização sistemática dos conteúdos emitidos nos noticiários de horário nobre desses canais. Em termos metodológicos refira-se que estes dados têm por base amostras anuais de 30 edições de cada um dos noticiários especificados, às quais é feita uma análise de conteúdo com base numa grelha de indicadores concetualizados pelo seu Departamento de Análise de Media

## ***Contribuições da Educomunicação para o Jornalismo: Possibilidades para a práxis do Jornalismo Cidadão***

**Christiane Pitanga** (Universidade Federal de Uberlândia)

**Aléxia Pádua Franco** (Universidade Federal de Uberlândia)

*Palavras-chave: educomunicação, jornalismo cidadão, jornalismo humanizado, leitura crítica dos media*

### **Resumo:**

Este artigo apresenta a pesquisa a ser realizada em Portugal, nesse ano de 2019, que pretende investigar as contribuições da Educomunicação para o exercício do jornalismo cidadão, também nomeado jornalismo humanizado (Bortoli, 2012) ou jornalismo cívico (Traquina, 2015). Esta investigação é parte da pesquisa de doutoramento em Educação, desenvolvida no Brasil, motivada pela percepção da necessidade de uma formação jornalística atenta às demandas sociais e ao ecossistema comunicativo propiciado pelas tecnologias digitais de informação e comunicação (TDIC). Parte-se da hipótese de que as relações estabelecidas no desenvolvimento dos projetos educacionais podem ser elementos desencadeadores da consciência crítica e cidadã para o exercício do Jornalismo mais humanizado.

Em Portugal, pretende-se investigar o projeto-piloto sobre Literacia Mediática no ensino secundário, ocorrido em 2018, em que jornalistas se encarregaram da formação de professores para que pudessem trabalhar o tema Literacia Mediática nas salas de aula. Ao considerar que a formação se faz em um *continuum* e que as experiências vividas são importantes ao processo formativo, acredita-se que, se a relação estabelecida entre jornalistas e professores foi pautada pela dialogicidade, é possível que as trocas entre eles tenham levado os jornalistas a refletirem sobre suas práticas. Ao mesmo tempo, ao confrontá-las com a opinião do público (professores), os jornalistas possam tomar consciência de si mesmos e do seu trabalho, pois, para Freire (2016a, p. 120): “o educador já não é o que apenas educa, mas o que, enquanto educa, é educado, em diálogo com o educando que, ao ser educado, também educa”. Portanto, pretende-se realizar entrevistas em profundidade com os jornalistas que participaram do projeto-piloto para verificar: quais as tensões e conflitos estabelecidos pela experiência vivida na relação com os professores; qual a consciência deles em relação ao jornalismo; se ocorreu alguma mudança de postura deles em relação ao exercício do jornalismo (se sim, qual mudança); qual a perspectiva deles sobre o futuro do jornalismo; qual a avaliação deles sobre o projeto.

Teoricamente esta pesquisa é norteada pelo pensamento de Paulo Freire (2016a, 2016b), que propõe uma prática educativa dialógica, em que a construção do conhecimento se efetiva por meio das experiências vividas na relação com o outro.

**Referências bibliográficas:**

- Bortoli, S. (2016). “Jorge Kanehide Ijuim”: Sobre o jornalismo humanizado. *Revista Alterjor*, 13(1), 5-13. Retirado de <http://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/114108>
- Freire, P. (2016a). *Pedagogia do Oprimido*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Freire, P. (2016b). *Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa*. São Paulo: Paz e Terra.
- Traquina, N. (2015). Jornalismo Cívico. In A. T. Peixinho; C. Camponoz; I. Vargues & J. Figueira (Orgs.), *20 anos de Jornalismo contra a Indiferença* (pp. 293-306). Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.

## ***Transfiguração das imagens: ressignificação do contexto e ameaças à democracia***

**Eduardo Faria** (Universidade do Minho)

**Andreza Alves** (Universidade do Minho)

*Palavras-chave: imagem, discurso, manipulações imagéticas, fake news*

### **Resumo:**

“Jesus é travesti” e “Kit gay” foram algumas das imagens caracterizadas como fake News, que circularam nas redes sociais durante a eleição presidencial no Brasil em 2018. Nas montagens, o candidato à presidência Fernando Haddad e sua vice Manuela d’Ávila, supostamente, reforçam discursos contrários aos do candidato da extrema-direita, Jair Bolsonaro - o que pode ter servido de combustível e justificativa para sua candidatura.

Este estudo propõe a análise entre imagem e discurso, considerando a ausência ética na construção de imagens com viés ideológicos, como potencializador de novas significações e, conseqüentemente, ameaças à democracia. Para tanto, as teorias de Guy Debord (2003), sobre “A Sociedade do Espetáculo”, nos guiarão nesta reflexão sobre o aumento de imagens e necessidade humana de replicá-las. Em complemento, traçaremos um paralelo com as ponderações sobre as imagens voláteis em tempos fluidos, através do livro “Fluido, Fluxo” organizado por Pollyana Ferrari (2018).

Observamos que por exercer forte impacto pelo seu poder representativo, a manipulação de imagens ganhou força com a intensificação das fake news. Principalmente na política, desde as últimas eleições dos Estados Unidos, com a eleição de Donald Trump, e, mais recentemente, com a candidatura do Bolsonaro.

O fato é que desde que ganhou corpo tecnológico a imagem já não é mais o que seria a priori, enquanto operava de forma mecânica – apenas sendo um registro de representação. As tecnologias de informação e o crescente surgimento de novas mídias contribuíram para a movimentação em fluxo da linguagem imagética que, na contemporaneidade, estão sujeitas aos ajustes de edições, recortes, sobreposições, colagens digitais, etc.

Estas alterações possibilitam, em muitos casos, ajustes que extrapolam a estética e alteram a percepção, interpretação e significação pelo público. É neste eixo do alterável-manipulável que assenta-se o risco da mudança de contexto, na qual a imagem ganha outros significados atendendo aos interesses específicos.

Em tempos em que a mentira também corre em fluxo tecnológico, as imagens, quando incluída em um contexto ideológico, passam a ter diferentes interpretações e ameaçam à democracia.

**Referências bibliográficas:**

Debord, G. (2003). *A Sociedade do espetáculo (1931-1994)*. eBooksBrasil.com. Retirado de [www.geocities.com/projetoperiferia](http://www.geocities.com/projetoperiferia)

Ferraria, P. (2018). *Fluido, Fluxo*. Porto Alegre, Rio Grande do Sul: FI.

## ***Literacias digitais e inovação tecnológica: perspectivas de uma intersecção conceitual***

**Luana Kava** (Universidade Federal do Paraná)

**Rodrigo Eduardo Botelho-Francisco** (Universidade Federal do Paraná)

*Palavras-chave: literacias digitais, inovação, processos de inovação, tecnologias digitais*

### **Resumo:**

O objetivo deste estudo é investigar como o conceito de literacias digitais pode auxiliar a compreensão dos processos de inovações tecnológicas. Do ponto de vista metodológico, a proposta tem caráter descritivo-exploratório, visando uma aproximação teórica-conceitual dos conceitos de literacia digital e inovação em um contexto da Sociedade da Informação pautada pelas tecnologias digitais. Nesta perspectiva, compreende-se a literacia em um ambiente digital como a capacidade de realizar julgamentos sobre conteúdos disponíveis na Internet, assim como justapor os diversos conhecimentos, de diversas fontes e formatos, para elaborar informações confiáveis, além de saber buscar e manter a pesquisa constante de informações atualizadas. Assim, se um ator social possui esta capacidade, ele deverá, de forma crítica, saber usar informação e tecnologias de comunicação no suporte às inovações. Isto se dá por meio do processo contínuo de internalização de desenvolvimentos conceituais, atitudinais e de habilidades necessárias para a compreensão e interação com o universo informacional. Entende-se que é por meio dos níveis de habilidades de transformação das literacias digitais que o conhecimento digital é, de fato, vislumbrado nos processos de desenvolvimento da criatividade e de inovações tecnológicas. Ressalta-se, também, que o conhecimento no ambiente da Internet é compartilhado entre os membros de uma rede formada por atores sociais que partilham objetivos comuns. Neste sentido, os processos de intercâmbio podem promover os recursos (informações) que podem possibilitar a geração de novas ideias e com isso as inovações. Por sua vez, para que a inovação tenha espaço nas organizações, os atores envolvidos devem possuir habilidades de uso de informação e estarem devidamente inseridos em um ambiente de desenvolvimento tecnológico. Considera-se, portanto, que nas características próprias deste ambiente, bem como no que vem sendo apresentando no âmbito do desenvolvimento teórico do conceito de literacias para compreensão do paradigma digital, há uma intersecção importante para a compreensão de como podem ser aprimorados os processos de inovação tecnológica.

## ***Nove ilhas, sessenta e oito professores: desafios na conceção e gestão de uma oficina de formação em b-learning***

**Raquel Dinis** (Centro de Investigação em Estudos da Criança, Universidade do Minho e Núcleo Interdisciplinar da Criança e do Adolescente, Universidade dos Açores)

**Francisco Sousa** (Centro Interdisciplinar de Ciências Sociais, Polo da Universidade dos Açores)

*Palavras-chave: b-learning, ambientes virtuais de aprendizagem, formação de professores, comunicação pedagógica*

### **Resumo:**

A área curricular de “História, Geografia e Cultura dos Açores” (HGCA) começou a ser lecionada no 2º ciclo do ensino básico em 2016/17 e no 3º ciclo em 2017/18. A equipa que elaborou as orientações curriculares para esta nova área também concebeu e implementou uma oficina de formação dos primeiros professores responsáveis pela sua leção. A edição dedicada aos conteúdos a abordar no 3º ciclo do ensino básico (8º ano de escolaridade) decorreu em 2017/18 e foi frequentada por 68 professores, de escolas dispersas pelas nove ilhas dos Açores. Esta dispersão geográfica dos formandos impeliu os promotores da oficina a adotarem um formato de *B-learning*. A componente *online*, decorreu ao longo da maior parte do ano letivo e foi suportada por um Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) criado na plataforma *Moodle*. Face à reduzida experiência da entidade formadora em *E-learning* e *B-learning*, a implementação desta oficina merece ser estudada, visando a construção de conhecimento que possa ser mobilizado no desenvolvimento de outros AVA. Neste enquadramento, definimos o seguinte objetivo geral:

1. Avaliar a satisfação dos formandos relativamente ao AVA que suportou a componente *online* da oficina de formação de professores de HGCA.

Mais especificamente, essa avaliação de satisfação incidiu, sobretudo, nos seguintes aspetos do AVA:

- 1.1. Usabilidade;
- 1.2. Agrado visual;
- 1.3. Adequação dos processos de comunicação.

A recolha de dados, à luz destes objetivos, foi realizada através de um questionário *online*, ao qual responderam 63 formandos. Os dados obtidos revelam um grau de satisfação bastante elevado em relação ao AVA, em todos os aspetos considerados. Além disso, evidenciam algumas necessidades de melhoria na gestão da comunicação, sobretudo no



que diz respeito à rapidez do *feedback* e à diferenciação dos destinatários de mensagens que não sejam pertinentes para todo o grupo. Estes resultados são encorajadores, considerando a importância que a formação a distância pode assumir uma região arquipelágica.

## ***A Estratégia nos Media Nacionais - A Análise Contextual e Transacional***

**Renato Costa Leite** (ISEG: Lisbon School of Economics and Management, Universidade de Lisboa)

*Palavras-chave: media, gestão, estratégia*

### **Resumo:**

Na última década o setor dos media (televisão, rádio, imprensa e online) demonstrou uma grande capacidade de projetar a sua atividade a performances de audiência nunca antes registados em toda a história. A principal transformação intangível foi a consideração da importância que o planeamento estratégico desempenha no progresso sustentado na atuação no mercado. Nesse sentido, houve um alumiamento do interesse em explorar os fundamentos das inovadoras orientações de gestão, separando o serviço público e o serviço privado do audiovisual vigente na Europa, com especial enfoque para realidade portuguesa.

O objetivo da presente pesquisa é compreender a essência dos media como atividade em geral, particularizando as suas principais tendências contextuais do setor, assim como as orientações do modelo específico de atuação. Esta investigação segue uma organização que pretende dar um conhecimento de causa que permita uma orientação consistente no campo de ação da gestão dos media. Explorando a gestão estratégica, seguindo os contributos de Freire (2008), é realizada a análise contextual e transacional. Primeiramente o enfoque recai sobre a envolvência externa, onde é atribuída especial importância ao contexto sociocultural, económico, político-legal, tecnológico. Posteriormente segue-se a realidade interna através do contexto transacional onde são analisados os clientes, os concorrentes, os fornecedores e a comunidade em si

A metodologia consiste no método qualitativo e o instrumento de recolha de dados é o case-study. No terreno são analisados os quatro grupos de media (RTP, Media Capital, Impresa e Grupo Renascença) e o investimento publicitário por meio de comunicação e aos 20 principais anunciantes nos últimos dois trimestres de 2018. Por fim é realizado o levantamento dos principais formatos e segmentos alvo no mercado nacional e respetivas novas perspetivas de futuro do negócio.

O presente estudo visa apresentar um enquadramento estratégico que os gestores de media aplicam nos principais órgãos de comunicação social nacionais.

**Referências bibliográficas:**

Freire, A. (2008). *Estratégia - Sucesso em Portugal*. Lisboa: Editorial Verbo.