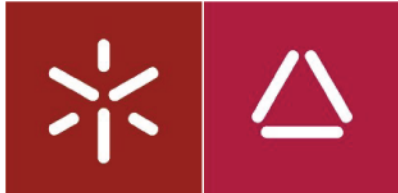




**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

Berta Flora Silva Cardoso

**A Importância do programa “Nativos Digitais”  
na Sociedade Contemporânea**



**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

Berta Flora Silva Cardoso

**A Importância do programa “Nativos Digitais”  
na Sociedade Contemporânea**

Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação  
Especialização em Audiovisual e Multimédia

Trabalho efectuado sob a orientação do  
**Professor Doutor Nelson Zagalo**

É AUTORIZADA A REPRODUÇÃO INTEGRAL DESTA TESE/TRABALHO APENAS PARA EFEITOS DE INVESTIGAÇÃO, MEDIANTE DECLARAÇÃO ESCRITA DO INTERESSADO, QUE A TAL SE COMPROMETE;

Universidade do Minho, \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_

Assinatura: \_\_\_\_\_

*“Um produto audiovisual não é um mero produto de entretenimento, nem do ócio, mas é um instrumento que transmite uma forma de pensamento, valores e uma cultura que o aluno deve saber analisar e compreender para aceitar ou rejeitar”.*

Norminada Montoya Vilar

## **Agradecimentos**

A toda a equipa da Farol de Ideias. Agradeço pela simpatia e hospitalidade com que me receberam na empresa. Agradeço pelo tempo que disponibilizaram para me ensinar e a desenvolver algumas tarefas, assim como a ajuda para a minha pesquisa.

Ao meu orientador, o Professor Doutor Nelson Zagalo, pela disponibilidade e pela ajuda que me prestou na realização deste relatório/dissertação de estágio

Ao Professor Manuel Pinto, pela sugestão de alguns textos para a minha pesquisa e trabalho, e também pela pequena conversa/entrevista que me facultou.

Aos meus pais pelo apoio, compreensão, paciência



**Título:**

A importância do Programa “Nativos Digitais na Sociedade Contemporânea

**Palavras-chave:**

Nativos Digitais, media, educação para os media

**Resumo**

Os media são canais que são usados para transmitir informação a um público. Os media tornaram-se, ao longo dos anos, instrumentos cada vez mais utilizados pelos indivíduos de uma comunidade. Com esta vulgarização e utilização frequente dos media pelos indivíduos, os meios de comunicação sentiram necessidade de se expandir e devido à evolução das tecnologias, conseguem hoje chegar a um público muito mais vasto e com serviços mais diversificados.

Os media tornaram-se num elemento importante da sociedade contemporânea, pois é através destes meios que os indivíduos obtêm informações sobre o mundo actual mas também podem adquirir outro tipo de conhecimentos.

O objetivo deste trabalho é tentar demonstrar a importância que os media têm na sociedade contemporânea e para fazer essa análise recorri ao programa de televisão “Nativos Digitais”, exibido na RTP2. Queria perceber se um programa sobre os media poderia ajudar o público a perceber melhor como o mundo dos meios de comunicação funcionam, se um programa sobre os media seria uma mais valia para o público. Debrucei-me essencialmente sobre as questões da educação para os media, uma vez que este é o principal enfoque assim como sobre a importância que esta área de investigação deve ter para o quotidiano dos cidadãos.



**Title:**

The Importance of the program “Nativos Digitais” in contemporary society

**Keywords:**

Digital Native, media, media education

**Abstract**

The media are channels that are used to transmit information to an audience. The media have become, over the years, tools increasingly used by individuals of a community. This vulgarization and the frequent use of media by individuals, the media felt the need to expand and due to evolution of technology, can nowadays reach a wider audience and with more diversified services. The media have become an important element of contemporary society, it is through these means that individuals obtain informations about the current world but may also acquire other knowledge.

The purpose of this study is try to demonstrate the importance that the media have in society and to do this analysis turned to the television program “Nativos Digitais”, displayed in RTP2. I want to understand if a program about the media could help the audience to understand how the world of the media works, if a program about the media is an asset to the public. I leaned primarily on issues of media literacy, since this is the main focus as well as on the importance of this area of research must have for the lives of citizens.





## Índice

Introdução .....	13
Estágio .....	15
ENQUADRAMENTO TEÓRICO.....	19
Os Media .....	21
Os Media, a Sociedade de Informação e a Escola .....	22
Escola vs. Media? .....	25
• O Uso das Tecnologias e dos Media no Sistema Educativo .....	26
O Poder da Televisão .....	31
A Televisão e as Práticas e Estilos Sociais .....	35
O Papel dos Media na Educação .....	39
A Necessidade da Educação para os Media.....	41
Metodologia.....	49
Enquadramento do “Nativos Digitais” .....	51
Análise do Programa “Nativos Digitais” .....	53
Programa 4 : “Crianças e a Televisão” .....	53
Programa 12: “Crianças: danos colaterais da máquina publicitária” .....	59
Programa 15: “Nativos Digitais Portugueses” .....	69
Programa 23: “Literacia para os Media: saber consumir e produzir” .....	75
Referências Bibliográficas .....	85

## Índice de Ilustrações

Ilustração 1 – As crianças dominam as novas tecnologias.....	54
Ilustração 2 e 3 – “Rua Sésamo”, programa de grande sucesso pedagógico da década de 90.....	54
Ilustração 4 e 5 – A programação infantil VS. A programação para adultos.....	56
Ilustração 6 – “Morangos com Açúcar”, telenovela mais vista pelo público mais jovem.....	57
Ilustração 7 – imagem do <i>website</i> do projeto “Media Smart”.....	59
Ilustração 8 – imagens de publicidades retratados no episódio do programa.....	60
Ilustração 9 – como as crianças percecionam a publicidade aos 6 anos.....	61
Ilustração 10 – como as crianças percecionam a publicidade entre os 6 e os 12 anos.....	61
Ilustração 11 – como as crianças percecionam a publicidade a partir dos 12 anos.....	62
Ilustração 12 e 13 – a relação entre o que as crianças veem através da publicidade e o que pedem aos pais.....	62
Ilustração 14 – o projeto “Media Smart” nas salas de aula.....	63
Ilustração 15 – imagem de uma notícia do projecto “Público na escola”.....	64
Ilustração 16 – imagem de uma notícia para o Concurso Nacional de Jornais Escolares.....	65
Ilustração 17 e 18 – Logótipo do Projecto MediaLab do Diário de Notícias e do Jornal de Notícias.....	66
Ilustração 19 – imagem do <i>website</i> do projecto MediaLab.....	67
Ilustração 20 – estudantes nos laboratórios de jornalismo e multimédia das redações do grupo Controlinveste (Projeto MediaLab).....	67
Ilustração 21 – as novas tecnologias.....	69
Ilustração 22 e 23 – exemplos dados pela produção do programa “Nativos Digitais” quanto à necessidade de compreender os produtos mediáticos.....	76
Ilustração 24 – “coligação negativa”, exemplo dado pelo Professor Manuel Pinto em testemunho para o episódio 23 do programa.....	77
Ilustração 25 – imagem do episódio 23 do programa: definição de literacia mediática segundo a recomendação da Comissão Europeia.....	78
Ilustração 26 – imagens do Congresso “Literacia, Media e Cidadania” da Universidade do Minho.....	79

## Índice de Gráficos

Gráfico 1 – Estudo “A TV e as Crianças” do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho.....	55
Gráfico 2 – utilização do computador e da internet pelas crianças entre os 10 e os 15 anos.....	70
Gráfico 3 – utilização do computador e da internet dos jovens entre os 10 e os 15 anos e das pessoas entre os 16 e os 74 anos.....	70
Gráfico 4 – Frequência da utilização do computador e da internet dos jovens entre os 10 e os 15 anos.....	71
Gráfico 5 – Locais onde os jovens utilizam o computador e a internet.....	72
Gráfico 6 – propósitos e objetivos da utilização do computador e da internet dos jovens.....	72
Gráfico 7 – hábitos da utilização da internet da população jovem e da população adulta.....	73



## Introdução

Os media são um elemento importante na sociedade moderna. O aparecimento dos media condicionou uma mudança extraordinária no mundo noticioso, social, cultural, económico e político.

Os media são conhecidos por propagarem as notícias e a comunicação em massa, e que, hoje em dia, chegam a um vastíssimo público.

Ao longo dos anos, este mundo dos media também foi evoluindo e culminou com o aparecimento de novas tecnologias, o que proporcionou a expansão e a evolução do sector.

Com os media começaram também a ser faladas as possíveis desvantagens que estes poderiam trazer para a população, nomeadamente para a geração mais jovem, pois são estes os indivíduos à partida mais susceptíveis, e por conseguinte foi necessário começar a pensar medidas para combater alguns dos problemas dos media.

É certo que é quase impossível proibir os media de exibirem conteúdos nocivos, mas para combater esse malefício dos media, os cidadãos têm de estar preparados para se protegerem de qualquer eventual poder nocivo que os media possam ter sobre si, por exemplo transmitindo ideias sobre o consumo de droga ou álcool, a violência, entre outros; mas não só de influências negativas, são feitos os media, e é sobre isto que pretendo falar no meu trabalho.

Os media, hoje, são um importante meio de transmissão de conhecimentos e de valores culturais, sociais e políticos essenciais para a vida quotidiana de um cidadão. Esta transmissão de conhecimento, valores e até estilos e práticas sociais farão com que o indivíduo os utilize em benefício próprio, para aumentar o seu saber e cultura mas também participe mais na vida social da sua comunidade, possibilitando uma troca de conhecimentos com outros indivíduos.

Devido a esta “força social” que os media exercem sobre os indivíduos, tanto a nível de conhecimento como de influência, tem de haver um modelo que suporte a mediação entre os media e o sujeito, e a esse modelo chamamos de educação para os media.

A educação para os media, se se integrar na formação do indivíduo, possibilitará que este possa aprender a desenvolver capacidades e aptidões de escolha da informação que lhe seja mais benéfica e proveitosa.

Para elucidar esta importância e poder dos media na sociedade, a *Farol de Ideias* iniciou um projecto que pretende mostrar os bastidores dos sistemas mediáticos assim como

consciencializar o espectador para a necessidade de desenvolver capacidades que lhe permita desenvolver um sentido crítico e mais exigente sobre os serviços de media a que está sujeito. Este tipo de iniciativa é à partida uma mais valia para o espectador, pois permite ao espectador conhecer melhor o mundo dos media, por exemplo saber como funciona uma redação de um meio de comunicação social ou como eles tratam um determinado tema ou dar a conhecer certos estudos feitos na área da comunicação e dos media, ou seja, informar a população como o mundo da comunicação social e dos media funciona, para que os espectadores percebam o que está por detrás de uma notícia. Mas os temas como a literacia para os media ou a relação das crianças com a televisão também servem de ajuda à comunidade para lidar com inquietações que muitas vezes as atormentam. O programa “Nativos Digitais” tenta responder a algumas dessas questões que surgem aos espectadores, procurando dar respostas com ajuda de profissionais especializados.

## Estágio

O meu estágio de três meses realizou-se na *Farol de Ideias*. É uma empresa que produz programas de televisão e projetos editoriais para imprensa e rádio. Entre os programas produzidos estão o “Biosfera”, “Nativos Digitais”, “Liga dos Últimos” e “Radar de Negócios”; além de programas de televisão, produzem, também alguns documentários e institucionais. Os programas produzidos por esta empresa são exibidos, essencialmente, na RTP2 e na RTPN.

O seu percurso no sector da televisão começou a Novembro de 2001 com a criação e produção do programa económico “Radar de Negócios”, cujo objetivo do programa é dar a conhecer algumas empresas inovadoras do mercado nacional.

Em Setembro de 2003 estreou o programa “Liga dos Últimos”, um programa diferente e até com um aspecto caricato que mostra que as equipas de futebol regional não estão esquecidas.

O programa Biosfera estreou no mês de Fevereiro do ano de 2005; a ideia do programa partiu do facto do nosso mundo estar a ficar sem recursos naturais, por isso, o programa pretende mostrar que atitudes os portugueses devem tomar para melhorarmos o nosso país em termos de manter a biodiversidade, preservarmos o meio ambiente ou melhorar a eficiência energética, etc.

Em Outubro de 2008, a Farol de Ideias fez uma parceria com a produção do programa “Praça da Alegria” da RTP com o intuito da realização de peças jornalísticas e/ou reportagens diárias.

E é no dia 24 de Outubro de 2010 que estreia o programa “Nativos Digitais” com o objetivo de dar a conhecer os media nacionais e como eles constroem a sociedade de informação, assim como, consciencializar o público para a utilização destes meios de comunicação.

Além destes programas que foram referidos existiram outros que ficaram conhecidos mas, neste momento, apenas estes estão em exibição nos canais de televisão referidos, bem como alguns projetos editoriais de imprensa.

Em relação às minhas funções na Farol de Ideias foi dar assistência aos jornalistas da empresa no âmbito do programa Praça da Alegria da RTP. A empresa detém um contrato com a produção do programa “Praça da Alegria”, o qual propõe a disponibilidade de um jornalista, operador de imagem e editor de imagem para fazer peças jornalísticas diárias sobre temas a designar pela produção do programa.



O objetivo do meu trabalho era ajudar os jornalistas a fazer a produção de conteúdos que eram designados pela produção do programa, ou seja, a produção atribuía o tema que o jornalista teria de desenvolver e em seguida teríamos que descobrir mais factos sobre a história. A maioria dos temas eram sobre casos verídicos que noticiavam na imprensa e o trabalho do jornalista da empresa era fazer uma peça de contextualização da história. A primeira fase do meu trabalho era tentar descobrir mais factos sobre a história contactando as autoridades responsáveis e depois tentar contactar alguém relacionado com o caso a retratar. Normalmente, os casos a tratar no programa eram um pouco polémicos e nem sempre era fácil conseguir contactar uma das pessoas envolvidas no caso. Quando surgia uma pessoa que daria uma entrevista, a equipa de reportagem seguia para o local e, normalmente, acompanhava-a.

Muitas dos casos, como já foi referido, eram um pouco polémicos, e muitas vezes a produção do programa pediam uma reconstituição (ou dramatização) da história, ou seja, encenar uma situação real. Neste caso, o jornalista tinha de escrever o texto de acordo com a história verídica, depois era preciso contratar figurantes para desempenhar o papel das pessoas envolvidas na história. A minha função era ajudar no processo de produção e de realização da dramatização.

Os Vox-pop eram também um dos trabalhos pedidos aos jornalistas da Farol de Ideias pela produção do programa “Praça da Alegria”. Estes Vox-pop baseavam-se em ir para a rua e fazer perguntas às pessoas sobre um determinado tema. Normalmente, eram temas sobre saúde ou outros de cultura geral. Estes Vox-pop iriam ser utilizados no programa para que o tema e as respostas das pessoas fossem debatidos no programa.

Por vezes, tínhamos de nos deslocar para locais onde era preciso uma autorização para fazer filmagens e para isso era necessário mandar emails para as pessoas responsáveis, nomeadamente as autarquias ou organizações públicas para obter essas autorizações para filmar num determinado local. Normalmente era eu que ficava encarregue de executar essas tarefas.

Outro das actividades que tive oportunidade de desempenhar foi a edição de imagem no programa Final Cut. Como nunca tinha tido trabalho com este software, alguns membros da equipa deram-me alguma orientação básica sobre o programa, nomeadamente as ferramentas, como gravar um áudio, correcção de cor, etc.

Além de produzir conteúdos para o programa “Praça da Alegria” e edição de algumas peças, também traduzi dois APTN's para o programa Biosfera. Os APTN's são reportagens acompanhadas com uns textos. Estas reportagens são feitas em inglês e são enviadas para a

coordenação editorial do programa para que estas possam ser usadas no programa. Estes APTN's são reportagens sobre trabalhos desenvolvidos pela União Europeia noutros países, nomeadamente para melhorar alguns recursos desses países. Os textos em que trabalhei foram a criação de um apoio alimentar à Zambia e ao Bangladesh e como reduzir as emissões de dióxido de carbono na Índia. Além da tradução do texto de inglês para português, também tinha de converter o texto para uma linguagem mais coloquial do narrador (voz off) e dos intervenientes (voz on). Depois de terminar a tradução do texto, este era revisto por uma das produtoras do programa, a qual eu acompanhava na correcção.



## ENQUADRAMENTO TEÓRICO

---



## Os Media

O autor Manuel Pinto afirma, na obra “Educar para a Comunicação” elaborada no âmbito das actividades da Comissão de Reforma do Sistema Educativo, que os media são conhecidos pela sua capacidade de transmitir informação. O mundo moderno conhece vários tipos de media, entre os quais se destacam a imprensa, a rádio, a televisão e a internet.

Os meios de comunicação introduziram no mundo uma facilidade de comunicação e acesso à informação, criando assim a era da informação.

Esta era da informação é conhecida pela sua universalidade, ou seja, os seus conteúdos são de temas cada vez mais diversificados, e são difundidos mais rapidamente (entre o acontecimento e a sua difusão) e em termos de espaço, pois chega a cada vez mais pessoas que estão mais distantes.

Com a introdução das tecnologias de comunicação, a ideia de “aldeia global” prevista por Marshall McLuhan torna-se possível, ou seja, qualquer pessoa do mundo pode ter acesso a qualquer tipo de informação de qualquer parte do mundo.

Além da globalidade dos media, estes também detêm uma identidade própria integrada na sua cultura, pois estes meios de comunicação não podem viver desligados da sociedade, suas normas e valores e da cultura do seu país. Pois a comunicação e a informação são muito mais do que um aspecto da vida social, são *“um meio-ambiente, um ecossistema no qual nos movemos e que influi nos nossos comportamentos, estilos de vida e visões do mundo”* (Pinto, 1988:20)

Os media permitem o acesso à informação, ao divertimento, ao saber e à cultura e tornaram-se um factor importante nas relações culturais, económicas e sociais.

Mas a influência que os media provocam nos seus destinatários é diferente em cada caso, pois esta influência varia conforme as condições psicológicas, intelectuais, sociais e culturais de cada indivíduo. Estas condições variam através da influência das relações interpessoais, da família, da escola, etc.

São estes os alicerces da sociedade e da cultura que determinam a influência que os media têm na vida de cada indivíduo.

Com o elevado consumo dos media, torna-se necessário instruir as famílias e a população em geral tal como professores e profissionais de comunicação sobre o mundo dos media.

Para alguns autores, a escola tem um papel preponderante no que toca a educação das crianças em relação ao que elas “consomem” nos media. A escola tem de ajudar o aluno na organização e significação da multiplicidade de informações recebidas através dos media, tem de instruir os alunos com instrumentos de pensamento que ajudem à compreensão das mensagens. A instrução de conhecimentos, atitudes e aptidões ajudarão, os alunos, a compreender os produtos da indústria cultural e a fazer uma interpretação mais consciente do mundo em que vivem e para que possam contribuir, de forma crítica e criativa, no processo de construção enquanto cidadãos.

E para que estas tarefas sejam cumpridas, a escola e a sociedade têm de assumir um papel de educador para os media, ou seja, ensinar sobre o funcionamento e a importância dos media e posteriormente, inculcar capacidades críticas nos futuros cidadãos.

## **Os Media, a Sociedade de Informação e a Escola**

Com a introdução da sociedade de informação, os meios de comunicação tornaram-se mais eficazes na transmissão e multiplicação dos conhecimentos, devido à velocidade de difusão permitida, essencialmente pelo meio da internet. Este veio revolucionar todo o processo, conseguindo que qualquer informação de qualquer parte do mundo ficasse acessível a qualquer pessoa e em qualquer parte do mundo, proporcionando “uma nova revalorização do conhecimento – mas de um conhecimento expandido e global, que se estende por todas as épocas e todos os espaços” (Torner, 2007:33).

Por isso se diz que já não cabe apenas à escola a função de transmitir o conhecimento, tanto científico como social. Esta visão suscita questões há muito debatidas pelos profissionais de ensino, pois estes já não são os únicos transmissores de conhecimentos que contribuem para a educação social de um indivíduo, pois os media, hoje, também assumem esse papel.

Devido à evolução permanente do mundo mediático e com o elevado consumo verificado dos media, estes adquiriram um poder sobre a aprendizagem dos indivíduos, pois é com os media que os indivíduos passam mais tempo, se relacionam e criam uma relação especial, o que faz com que ouçam e interiorizem melhor qualquer informação que os media lhes possam fornecer. Portanto, os media são vistos como “lugar” onde o indivíduo pode aprender, tirando esse estatuto à escola ou até mesmo aos pais. É através da televisão, por exemplo, que nos

apercebemos de certas realidades abruptas que os pais exercem sobre os seus filhos, servindo, assim, para desmascarar algumas situações (Torneró, 2007).

Neste caso, os media tornaram-se num elemento para a transmissão de aprendizagens sociais e a escola perdeu o seu peso social. O autor Pérez Torneró enunciou alguns poderes perdidos pela escola a favor dos media, entre os quais se destacam que a escola já não é a transmissora preferencial do saber ou pelo, menos do saber socialmente relevante, pois hoje em dia, há meios de comunicação mais eficazes, versáteis e acessíveis de informação que lhe fazem frente; a escola já não é a instituição privilegiada para transmitir a educação, pois devido aos media, a escola deixou de ser o principal sistema educativo que fornece ao indivíduo os seus valores culturais e sociais; a escola é reconhecida pela sua capacidade de ensinar a ler e a escrever mas esta instituição não está a responder às exigências que a evolução tecnológica e a nova sociedade de informação exige: a da linguagem audiovisual e da informática - são as próprias crianças que aprendem a manusear as linguagens tecnológicas intuitivamente; os professores já não são vistos como os únicos a deter todo o conhecimento útil para o estudante, pois os alunos já consultam outros meios e fontes para adquirirem o conhecimento e que, muitas vezes, podem pôr em causa o conhecimento dos seus docentes; a escola já não detém os únicos instrumentos que servem de suporte para o conhecimento, como por exemplo as bibliotecas. Pois, hoje em dia, o cidadão tem a oportunidade de consultar a maior e mais acessível biblioteca de todas, a internet.

A escola está a perder valor social, pois esta já não exerce a mesma força e influência que exercia antigamente. Com todas estas perdas da escola em favor dos media, nota-se aqui um afastamento da escola na envolvência na vida dos seus estudantes, onde já não exercem qualquer poder educativo e social sobre eles. Mas para que esta situação mude, a escola terá de mudar de atitude. Terá de deixar a sua aprendizagem de estilo livresco e dar oportunidade aos alunos de se relacionarem com os meios tecnológicos dentro da escola e cabe ao professor saber lidar com esta nova orientação e explicar ao aluno como lidar com essas tecnologias.

Para esta nova reorientação do ensino, a educação terá de estabelecer certos parâmetros. O autor Pérez Torneró traça algumas matrizes para que a escola mude de atitude. A escola terá de participar mais na vida social e orientar os seus estudantes para a utilização dos novos media e das novas tecnologias que fazem parte do mundo contemporâneo. Mas também introduzir novas fontes de saber, abrindo as portas a novas formas de transmissão do conhecimento; a escola terá de passar a ser um espaço de exploração, de descoberta e de invenção, e isso pode ser



facilitado através da informática, pois poderá incentivar o lado criativo dos seus educandos. Mas não é só a escola que tem de contribuir para a educação dos indivíduos. Esta acção terá de ser uma parceria feita entre a escola, os educadores e todos os restantes membros da sociedade, pois a *“educação é um compromisso social geral”* (Torneró, 2007:41), para o qual todos nós temos de contribuir e participar. Mas para esta mudança de atitude se suscite, o papel dos professores, também, terá de se alterar, pois eles já não podem ser meros transmissores do saber, agora têm de ser promotores de novos ambientes educativos e ajudar a redefinir o papel dos indivíduos na sociedade. A integração das novas tecnologias no espaço escolar pode ser um passo benéfico, pois a modernização tecnológica contribuirá para uma escola independente e autónoma. A promoção da alfabetização da sociedade da informação é essencial no espaço escolar, pois não só ajudará os seus educandos a adquirir competências para a vida social e do trabalho, mas também a própria escola ajude a responder às necessidades do tempo moderno. Por conseguinte, o autor Pérez Torneró propõe que, a escola deve encontrar uma forma de conciliar o mundo do ensino e da educação a nível intelectual e prático, e isso passa por renovar a sua filosofia de ensino, linguagens e instalar novos instrumentos e normas de aprendizagem. O autor pensa que a instituição escolar beneficiaria com a criação de novos sistemas de comunicação e de aprendizagem e novas filosofias de ensino, que incluam o uso dos sistemas mediáticos e, coloquem a escola ao mesmo nível dos restantes concorrentes de atenção dos alunos.

É certo que qualquer sistema de ensino e educativo beneficiaria se os media e as novas tecnologias fizessem parte do seu sistema mas os educadores ainda não confiam totalmente nestes meios, pois acham que estes instrumentos distraem os seus educandos, o que poderá causar a perda de atenção por parte dos alunos. Estes instrumentos são vistos como um entretenimento, para acabar com este estereótipo os professores terão de deixar estas novas tecnologias entrar nas suas salas de aulas. Os educadores terão de assumir outro tipo de papel, não só de educadores, mas de educadores para os media, consciencializando os educandos sobre a utilização educativa e inteligente destes meios.

## Escola vs. Media?

Na obra do autor Pérez Tornero fala-se de uma repulsa entre os media e a escola, pois estes entram em conflito quanto ao seu “território”. Esta disputa surge porque os media possuem, hoje, um papel incontestável na transmissão dos valores culturais, dos conhecimentos e da educação. Estes dois mundos tornaram-se “parceiros” na actividade do conhecimento, mas ainda não chegaram a um acordo para trabalhar em conjunto num mesmo espaço.

A escola ainda estranha a introdução dos media no seu sistema educativo, pois acha que os media não são uma boa influência para os seus estudantes, devido ao seu teor, muitas das vezes, sensacionalista.

Mas é devido à grande força de atracção que os media exercem sobre os indivíduos, que a escola fica sem resposta para esta situação. A escola depara-se com um adversário poderoso e com enormes recursos e que gera uma grande influência na sociedade, por isso vê-se “obrigada” a ter de aceitar que os media façam parte da rotina da instituição educativa.

Contudo, os media também olham o poder da escola com desdém. Os profissionais dos media acham que a escola não entende os media, e conseqüentemente acham que os educadores abordam de forma errada o tema dos meios de comunicação.

Mas para que a educação da sociedade moderna seja completa e eficaz, a escola e os media tem de quebrar o muro que os divide e deixar que a evolução tecnológica do mundo moderno acompanhe o processo educativo. Portanto devido a este “*protagonismo dos media e das novas tecnologias da comunicação, a educação precisa de passar por uma renovação e transformação profundas a três níveis fundamentais: nos seus programas, nos seus métodos e nos seus objectivos*” (Yuste, 2007:145) para que se formem cidadãos que possam responder às necessidades do mundo moderno.

A introdução dos media na escola leva a que esta tenha de sofrer uma mudança de comportamento na forma como abordar esta temática. Esta transformação poderá passar pela instrução das linguagens utilizadas pelos media, o desenvolvimento de aptidões para uma interpretação crítica das mensagens e de reflexão dos conteúdos publicados nos media, ou seja, promover uma educação para os media. (Pérez Tornero, 2007)

A escola tem de saber tirar partido da sociedade de informação e preparar os seus estudantes para responder às necessidades do mundo moderno. A escola tem de preparar estes indivíduos para a sociedade da comunicação e demonstrar que os media também podem ser uma fonte de conhecimento e informação útil. Portanto, a escola terá de saber tirar partido dos conteúdos dos media para que, posteriormente, possam consciencializar os seus educandos sobre a realidade apresentada pelos meios de comunicação. A escola pode, portanto, tornar-se numa instituição que potencializa o conhecimento sobre os media e, assim, ser um veiculador da educação para os media.

A introdução de novas formas de ver e expor sobre os media, no espaço escolar, pode surgir como resposta à formação de um novo mundo cultural. Essa formação passará pela autorização da introdução dos sistemas mediáticos na sala de aula pelos educadores. Pois esta utilização dos media potenciam a expansão dos valores e normas de conduta e da realidade social, e o afastamento destes dois elementos significa que a escola vive afastada da realidade social.

A escola deve ter uma responsabilidade educativa e social em relação aos media, pois deve ensinar os alunos a “verem” os media e fazer com que eles desenvolvam capacidades para julgar os conteúdos mediáticos, e por conseguinte fornecer instrumentos de pensamento para que sejam capazes de interpretar as mensagens. Esta necessidade de educação para os media assenta na influência que estas mensagens podem ter sobre o comportamento do indivíduo.

Mas esta responsabilidade social não depende, apenas, dos educadores, mas também depende dos restantes membros da sociedade, nomeadamente os pais, grupos de pessoas interessadas pelo tema e professores de outras áreas (Masteman, 1985: 2-3).

- **O Uso das Tecnologias e dos Media no Sistema Educativo**

No final do século XX, a introdução das tecnologias nas escolas lança uma nova interrogação sobre o papel do sistema educativo na formação dos indivíduos.

Apesar da introdução lenta das tecnologias na escola, alguns docentes ainda não sabem lidar com estas tecnologias integradas no processo educativo. Ao contrário disso, os alunos já as utilizam, frequentemente, no seu meio familiar; é em casa que eles “consomem” os meios tecnológicos, nomeadamente, a televisão, os videojogos, o computador, a internet, etc.

Mas esta tendência tende a terminar, pois enquanto a escola retrai a introdução das novas tecnologias e “tem por hábito fechar-lhes as portas, estas tendem a entrar-lhe pelas janelas”,

como afirma o autor Pérez Tornero; O facto é que o mundo é cada vez mais tecnológico, o que faz com que haja a necessidade de preparar e educar os indivíduos para esse mundo, e esse processo deve ser incluído na escola.

A introdução de instrumentos, como por exemplo o vídeo, gera muita controvérsia entre os educadores mas este tipo de media pode ajudar os indivíduos a perceber a realidade do quotidiano. Deste modo, o indivíduo poderá se preparar e criar competências para analisar e interpretar as mensagens mediáticas. É neste contexto que os professores têm de ser os ditos educadores para os media, eles têm de inculcar, nos seus educandos, esse espírito refletivo e crítico em relação às mensagens que os media transportam.

Mas como é que vamos inculcar este espírito aos educandos, se a escola não assume esse papel de “alfabetizador” dos media? Para isso, as novas tecnologias têm de assumir um lugar primordial no espaço escolar, pois se a escola quer educar seres modernos e preparados para o mundo social e do trabalho, terá de os educar para um “futuro” tecnológico. Mas esta aprendizagem sobre os media terá de ser consciente e crítica, porque aqui não se baseia simplesmente a integração dos media e das tecnologias como um instrumento nas escolas, mas sim da necessidade da educação comunicativa, social e cultural.

É natural que se pense em integrar as novas tecnologias na escola, pois estas já fazem parte do quotidiano da maior parte dos indivíduos e devido à sua presença constante muitas vezes perdemos a noção dessa presença, por serem utensílios habituais no dia-a-dia dos indivíduos. Por isso se diz que as tecnologias geram uma grande *“influência sobre o modo como interagimos com a realidade e compreendemos o mundo”* (Yuste, 2007:146).

Mas é o meio social que faz com que estas tecnologias evoluam cada vez mais, pois há cada vez mais utilizadores e é do próprio contexto social que elas dependem, sendo o próprio indivíduo que decide se elas evoluem mais ou estagnam.

O autor Pérez Tornero acredita que a integração das novas tecnologias na escola, torna os professores indispensáveis na transmissão do conhecimento, pois os media precisam de uma orientação específica, sendo necessário traçar novos caminhos didáticos e pedagógicos para instruir o indivíduo.

Depois de traçados novos objectivos e métodos de ensino que incluam as tecnologias, o sistema educativo poderá melhorar, integrando a escola no mundo da informação e da comunicação mas para isso, a escola terá de estar disposta a essa renovação pedagógica. Estes novos incrementos na escola não excluem os professores, pois são estes que têm de assumir o papel

de mediadores entre estes novos instrumentos utilizados nas salas de aula e os alunos. Os docentes têm, também, de se actualizar e aprender mais sobre esta nova linguagem, pois eles deixam de ser, apenas, os tradicionais transmissores de conhecimentos passivos. A partir do momento em que as tecnologias entram no panorama escolar, os professores têm de ser mediadores ativos da linguagem da comunicação e serem capazes de formular problemas e desenvolver novas ideias e iniciativas.

A introdução das tecnologias na sociedade de informação e integrado no sistema educativo pode gerar novas formas e atitudes de educar para os media. A autora Norminanda Montoya cita a obra “La revolución de los medios audiovisuales. Educación y nuevas tecnologías” do autor Roberto Aparici, onde expõe três formas de abordar e utilizar as novas tecnologias na sala de aula: a concepção dos efeitos, onde por si só os alunos beneficiam das novas tecnologias a partir do momento em que elas têm um lugar definido dentro da sala de aula; a concepção tecnicista, onde a maior preocupação do professor é instruir os alunos para os meios de comunicação, mas não se esforça para que se proporcione uma reflexão crítica sobre eles; e por último, a concepção crítica, consiste na integração dos meios audiovisuais no ensino, onde os alunos poderão construir mensagens e tentar perceber a produção dos produtos audiovisuais na perspectiva social, política, económica, etc. (Montoya, 2004)

Mas para que esta percepção e, conseqüentemente, análise das mensagens seja bem sucedida, há normas que podem ser instauradas. A autora Norminanda Montoya enumera alguns métodos de análise de mensagens mas, neste caso, só enunciarei dois métodos: a análise de conteúdo e a análise textual. A análise de conteúdo baseia-se em perceber os conteúdos das mensagens dos media, utilizando técnicas quantitativas e qualitativas. Esta análise tem como objectivo reconhecer o significado e valor autónomo de um texto. A análise textual tem como objectivo analisar os elementos linguísticos, estrutura de um texto media, ou seja, os códigos e signos linguísticos que utiliza, e por conseguinte, que tipo de mensagem o texto quer transmitir ao telespectador.

A necessidade de existir um método para analisar os produtos audiovisuais, surge quando a escola incorpora no seu sistema, os produtos dos media. Esta análise propõe criar um novo método para estudar a linguagem audiovisual como um todo, incidindo sobre a estrutura narrativa, a imagem e o som.

O objetivo deste método de análise é fornecer ferramentas de análise aos telespectadores, para que estes possam julgar os conteúdos propostos pelos media. Outro dos objetivos é que a escola utilize os conteúdos dos media, os que são vistos pelos alunos nos seus tempos livres, e os convertam em objetos de análise e consequentemente, os utilizar como um instrumento capaz de criar mentes ativas e analíticas, criar seres capazes de julgar valores apresentados como positivos e negativos pelos media.

A introdução deste método de análise no sistema educativo possibilitaria a análise dos produtos media como se de um texto narrativo ou poético se tratasse. Deste modo, a escola estaria mais ligada com a vida quotidiana dos alunos.

Este método remete à participação activa dos alunos, o que irá contribuir para o uso ativo e inteligente dos meios de comunicação, pois a autora Norminanda Montoya considera que a educação audiovisual não é bem sucedida se o aluno não aprender a analisar os conteúdos dos media.



Em seguida, irei expor como os media, e principalmente a televisão pode ser um meio de aprendizagem, de informação e de conhecimento.

A televisão é considerada, pela maior parte das pessoas, como um meio de entretenimento que gera más influências mas a televisão pode ser um meio onde o indivíduo pode obter informações úteis para o seu quotidiano, quando estas são bem mediadas.

## **O Poder da Televisão**

No século XX nasceu um conceito denominado de cultura de massas, que fez esquecer o conceito de cultura local. A cultura de massas veio revolucionar o mundo das relações sociais, as ideologias mas também a educação.

A cultura de massas assumiu um papel sobre a sociedade ao criar grandes públicos extensos e dispersos, centralizar os media e controlar a criação da cultura.

A cultura de massas destacou-se nos Estados Unidos da América mas rapidamente se estendeu a diversos países, despoletando outras culturas nacionais e locais.

Através da criação dos seus próprios sistemas de comunicação, todas as sociedades e culturas puderam transmitir os seus saberes, mitos, ou seja, a sua própria cultura.

Quando um novo meio de comunicação é integrado numa cultura, este media influencia a percepção e a sensibilidade da cultura dessa sociedade.

O meio de comunicação de massas mais popular e mais mediatizado é a televisão. Este meio é o que é mais facilmente interpretado, pois possui uma linguagem audiovisual fácil de entender, e tem um tipo de difusão acessível a todos.

A regulação da televisão passa por tentar potenciar este meio de comunicação, pois os espectadores adoptaram uma atitude muito passiva em relação à mensagem, nomeadamente nas áreas do ócio e da política.

Por isso, os outros meios de comunicação (imprensa e rádio) aproveitaram esta grande incidência da televisão apenas num público específico para tentar captar mais público para os seus próprios meios, contudo estes aproveitaram para exercer a sua influência em áreas como a ideologia, política e os hábitos de consumo.

Mas no final do século XX a cultura de massas entrou em ruptura porque não conseguiu atingir o seu objetivo, o consumismo. Com a introdução da tecnologia, a televisão deixou de ser vista



como um simples meio de transmitir mensagens, pois através da digitalização e da extensão da difusão por cabo ou satélite, nasceu uma nova geração interactiva deste meio de comunicação. A televisão sofreu alterações ao longo dos tempos, e hoje este meio de comunicação tenta responder às necessidades do telespectador, mas nem sempre foi assim. Quando a oferta em termos de televisão era escassa, o telespectador não tinha muitas opções de escolha sobre a programação da televisão. Por isso, houve a necessidade dos programadores encontrarem uma resposta para colmatar a homogeneização da oferta de programas televisivos e responder ao desagrado dos públicos. A solução encontrada por estes programadores de televisão foi especializar a sua oferta, e distribuir os seus variados conteúdos através da criação de canais temáticos.

Estes canais temáticos provocam a fragmentação dos públicos sobre os canais generalistas. Estes canais foram criados com o objectivo de responder às necessidades de um mercado que teve de ser reestruturado para responder às necessidades do público generalista com estilos de vida muito próprios.

A televisão já não tem a mesma relação com o espectador como tinha antigamente. A televisão desenvolveu outro tipo de influência sobre o cidadão, pois antigamente mantinha uma relação vertical, paternalista e autoritária, enquanto nos dias de hoje, os telespectadores estabelecem uma relação amigável, de confiança e cumplicidade com a televisão. O indivíduo, hoje, consegue participar, mais activamente, no mundo da televisão.

O mundo da televisão também sofreu alterações com a introdução da tecnologia o que veio influenciar, de alguma forma, a sua eficácia e transmissão. Devido ao desenvolvimento do mundo tecnológico, e para responder às exigências do mercado e do público, a televisão teve de se “multimediatizar”, ou seja, integrar o mundo das telecomunicações e da informática no sistema clássico dos media. Tal como o autor Pérez Tornero previu, baseada na teoria de sociedade-rede de Castells, foi possível criar um mundo de comunicação através da tecnologia onde se poderia reunir e difundir áudio, vídeo e dados através de uma rede ligada por fibra óptica. Esta rede vai permitir que o público tenha a possibilidade de ter muito mais canais e produtos audiovisuais em sua casa, abrindo, assim *“um caminho às comunicações em rede”* (Tornero, 2007:22), possibilitando, deste modo, ao telespectador uma maior interactividade com os media.

O facto é que a televisão é o meio de comunicação mais conhecido e conseqüentemente, o media que representa uma taxa de consumo mais elevada. Isto deve-se ao facto dos indivíduos, independentemente da idade, sexo e estrato social, dedicarem muito tempo, diariamente, a esta prática. Por conseguinte, foi necessário verificar se as mensagens eram transmitidas de forma eficaz por este meio mediático, pois o elevado consumismo de televisão não significa que os indivíduos descodifiquem e interpretem as mensagens de modo eficiente.

Para interpretar as mensagens, o indivíduo terá de possuir capacidades e formação para tal. Portanto, cabe aos pais, professores e restantes cidadãos ajudar a tentar perceber este meio que veio revolucionar o quotidiano do cidadão. O autor Pérez Tornero afirma, para que haja um consumo e utilização inteligente deste media, a escola tem de assumir um papel preponderante na educação. Para que a missão da escola e da família seja bem sucedida, estes tem de criar indivíduos capazes de observar, analisar e interpretar as mensagens e criar espectadores críticos em relação ao produto media que visionam.

Mas outra das questões que surge com o elevado consumo da televisão é a hostilidade que a televisão pode exercer sobre o indivíduo, sobretudo nas crianças, ou seja, a televisão é, na opinião de professores e dos pais, uma má influência para a educação dos seus filhos. E para acabar com esta ideia estereotipada é preciso que a escola e a família incrementem poderes de reflexão nas crianças para que este meio se torne num instrumento positivo na educação social, cultural, económica, política do indivíduo. A esta necessidade de inculcar o poder reflexivo sobre os media, nos indivíduos, é feito através do processo de *“alfabetização audiovisual”*.

Este conceito nasceu para tentar responder à necessidade de instruir os indivíduos para a utilização dos media. Como os jovens são vistos como os consumidores “compulsivos” dos produtos televisivos e não possuem conhecimentos sobre a linguagem audiovisual e qualquer tipo de espírito crítico formal em relação às mensagens, estes media podem ter, sobre si, uma influência persuasiva negativa. É devido à falta de instrução nesse campo que, muitas vezes, se formulam ideias nocivas em relação aos media. É através desta alfabetização que os espectadores poderão *“alcançar resultados razoavelmente aceitáveis, que passem por uma racionalização do consumo e um visionamento ‘inteligente’ das mensagens televisivas”* (Gómez, 2007:179).

A televisão é um instrumento que possui, também, uma componente didática, ou seja, este meio de comunicação pode ajudar no processo de aprendizagem e transmite experiências inéditas. Mas para isso, estas mensagens precisam de uma orientação, e é neste contexto que surge a

necessidade de educar os indivíduos para o visionamento da televisão. Esta educação, em relação à recepção da televisão passa, não só pela selecção eficiente das mensagens mas também pela aprendizagem do sistema televisivo, nomeadamente no conhecimento da sua linguagem, conteúdos e valores, assim como as influências que pode exercer.

Na obra do autor Pérez Tornero, o autor Aguaded Gómez defende que esta tarefa de educar para a televisão pode ser desempenhada na escola, como já foi referido anteriormente. A integração da televisão na escola e por conseguinte a educação para a televisão, segundo o autor citando Ferrés, pode ser vista de duas formas: “educar na televisão” e “educar com a televisão”. A vertente “educar na televisão” é a abordagem que ensina o indivíduo a perceber a linguagem audiovisual, ensinar como o mundo dos media funcionam e fornecer aos telespectadores o espírito crítico em relação as mensagens e aos produtos media de que são alvos. Já a outra abordagem, “educar com a televisão”, é a integração da televisão na sala de aula e através dela desenvolver um processo de ensino-aprendizagem. Portanto, segundo o autor, estas duas vertentes completam-se mutuamente, pois *“quanto mais se educar através da televisão, mais se educará para a televisão”* (Gómez, 2007:181), ou seja, o autor defende que a maneira mais fácil de perceber os media, é utilizar o próprio meio de comunicação no contexto educativo.

Mas é a própria escola que tem de decidir qual o método e qual a abordagem que tem de adoptar para ensinar sobre os media. E a escola tem de se questionar sobre o tipo de ensino que deseja efectuar, se quer incluir ou não os media e se devem criar novas propostas e estratégias pedagógicas que respondam às necessidades de informação da sociedade moderna. Para responder a este novo dilema na educação, o autor Pérez Tornero cita o autor J.C Martins, o qual expõe motivos para integrar a televisão nas escolas, entre os quais o factor de a televisão despertar grande interesse entre as camadas jovens e por isso poder servir de estímulo à atenção dentro da sala de aula, e conseqüentemente ser um incentivo para o ensino e aprendizagem sobre outros mundos que os alunos desconhecem.

Esta educação baseada nos media, suscitou que o autor expusesse alguns objetivos sobre a perspectiva crítica na educação da televisão, as quais se destaca o desenvolvimento de uma capacidade crítica sobre as mensagens televisivas; incrementação da autonomia dos alunos para que estes possam utilizar de forma responsável o media televisivo e através dele enriqueçam a sua capacidade de comunicação e pensamento.

Esta educação para os media é essencial na preparação para a vida social, e cabe também à escola dar uma educação direccionada para a preparação do indivíduo para que este possa

saber enfrentar a realidade social que se avizinha fora do ecrã da televisão. Os alunos têm de ser instruídos para o que veem na televisão para, posteriormente, saber relacionar o que é visto na televisão numa dimensão social. A responsabilidade social da escola incide sobre a incrementação da autonomia necessária à comunidade, para que esta torne a televisão interessante para os seus grupos; promover os princípios básicos da comunicação, entre as quais a liberdade à expressão e direito à informação; e incentivar para que a televisão exerça um sentido democrático, permitindo o acesso e a participação dos cidadãos no sistema televisivo.

## **A Televisão e as Práticas e Estilos Sociais**

Com toda a influência exercida pelos meios mediáticos, esta influência repercute-se no dia-a-dia do cidadão.

Tal como Manuel Pinto demonstra no trabalho “A televisão no quotidiano das crianças” sobre a forma como a televisão pode influenciar o quotidiano e as práticas sociais dos cidadãos.

Devido ao elevado consumo dos media, os modos e estilos de vida social começaram a transformar-se, portanto este autor debruçou-se sobre um estudo sociológico deste fenómeno.

Estes estilos de vida tendem a modificar-se devido à interacção com os sistemas mediáticos, pois os cidadãos tomam conhecimento de outro tipo de experiências, valores e formas de vida.

Esta interacção dos indivíduos com a televisão constitui uma das experiências mais significativas para eles, pois a televisão é um dos factores de configuração do estilo de vida.

Além da televisão transmitir novas experiências, valores e formas de vida que condicionam novos estilos de vida, este meio de comunicação também é um meio muito poderoso de socialização.

A televisão detém uma dimensão técnica e tecnológica que cabe à produção, emissão e recepção de conteúdos de televisão. A evolução tecnológica da televisão (a qualidade da imagem e do som, variedade de canais e serviços, etc) veio mudar o modo como os cidadãos se relacionam com a televisão, pois com estas novas formas de ver televisão, o utilizador pode ver um programa quando quer, pois o tempo de emissão do programa não tem de ser o tempo de visionamento do programa.

A internacionalização da televisão também veio mudar esta relação dos utilizadores com a televisão, pois os programas de televisão não são apenas emitidos a nível nacional mas também a nível internacional, o que possibilita a difusão da cultura.

Esta vertente tecnológica da televisão veio possibilitar uma percepção diferente do espaço e do tempo no uso social da televisão; e ainda, veio configurar as relações sociais através do uso dessa tecnologia.

As mensagens que a televisão transmite também são um factor importante para o estudo, pois as mensagens são os conteúdos eminentes que o espectador assimila quando vê televisão. E consequentemente estas mensagens exercem grande influência sobre os indivíduos; mas para que estes não sejam influenciados negativamente, o indivíduo tem de saber analisar estas mensagens.

O facto é que as mensagens podem possuir um significado polissémico e podem gerar várias leituras, ou seja, podem encarnar vários significados. Mas interpretar mensagens pode tornar-se difícil, pois os indivíduos podem interpretar uma mensagem de maneira oposta ao que realmente elas querem dizer.

As mudanças no mundo da televisão através da evolução da tecnologia possibilitaram reestruturar os tempos sociais, criar novas formas de interacção e relações sociais assim como a organização diversificada do tempo individual e familiar.

Além de ser apenas um dispositivo electrónico, um electrodoméstico das nossas casas, a televisão possibilitou a transformação do mundo contemporâneo e tornou-se numa indústria cultural ao qual as pessoas recorrem. A televisão tornou-se num elemento central na casa dos indivíduos, ganhando um espaço específico na habitação de cada um, e como que se naturalizou no espaço. Esta naturalização da televisão, este enraizamento da televisão num determinado espaço não quer dizer que faça com que esta se torne num objeto apagado e neutro no espaço, no qual não se repara na sua presença. Pelo contrário, a televisão veio implantar o sentido de presença e companhia, e tem o poder de transportar o indivíduo para outros mundos tanto os que a apreciam como os que dispensam a sua companhia.

Por exemplo, as crianças são o grupo etário que detêm uma relação mais complexa com a televisão, pois são os indivíduos que têm mais curiosidade sobre a compreensão do mundo e da descoberta da sua própria identidade.

No mesmo trabalho o autor Manuel Pinto ainda evidencia que a relação entre os indivíduos e a televisão gera uma influência sobre os contextos sociais do indivíduo. Neste estudo, o autor quis destacar que quando a televisão afecta as nossas práticas sociais, deve ser feita uma análise e interpretação sobre o que vemos.

Mas esta construção do mundo da televisão também é influenciada pelo contexto físico e social, onde se expõe a vida social e nos dão conta dos variados estilos e modos de vida. Ou seja, aqui estabelece-se uma relação inseparável entre a televisão e o quotidiano, pois a televisão está ligada ao quotidiano e só com um esforço analítico é que a televisão pode viver desligada do quotidiano, tal como expressa o autor Manuel Pinto citando Negri através da seguinte afirmação: “A televisão, tomando o quotidiano como modelo, torna-se, por sua vez, modelo do quotidiano”.  
Perante este facto pode-se dizer que a televisão transmite o mundo com um duplo sentido, tanto dá a conhecer outras realidades para o quotidiano dos telespectadores como transporta os telespectadores para essa mesma realidade.

Por conseguinte, gera-se uma dilatação do tempo e do espaço, pois as pessoas já não têm de estar presentes para ver e sentir uma experiência, porque através da televisão já é possível conhecer outras realidades sem ter que estar presente. Além da partilha de experiências através da televisão, podemos adquirir uma percepção do sentimento de outro lugar, ou seja, além de não se estar presente, o indivíduo pode criar um laço com o que vê.

Esta relação entre a televisão e o que pode gerar no quotidiano dos cidadãos diz-nos que a própria televisão que influencia os ritmos sociais e individuais do quotidiano dos indivíduos, o que pode resultar numa criação de um juízo de valor sobre o produto media que lhe é proposto. Portanto, a televisão além de se tornar num elemento que transmite e influencia o quotidiano e os ritmos sociais dos cidadãos, dá conta de várias situações e experiências que são vividas no quotidiano de outrem, gerando processos de socialização. Podemos dizer que o exercício de ver televisão é um acto social e não um acto meramente individual, pois estamos relacionados socialmente com tudo o que vemos na televisão.



## O Papel dos Media na Educação

Hoje em dia, a comunicação audiovisual está presente em quase todos os momentos da vida de um cidadão. Vivemos num mundo, onde estes meios nos foram “impostos”, como sendo parte integrante da nossa vida.

A autora Norminanda Montoya, afirma que a televisão é um meio que fornece, aos cidadãos, “modelos e atitudes de comportamento”, o que gera a imposição de uma atitude que cuide dos interesses desses cidadãos e para que esses comportamentos sejam de acordo com a norma. Esta nova atitude denomina-se por educação para os media. Esta atitude passa por alfabetizar os cidadãos para o mundo audiovisual, ou seja, dar a conhecer o modo como os media devem ser interpretados mas também como os próprios media funcionam.

A autora enuncia que a didática é uma área que se centra nos processos de ensino e aprendizagem, dos quais os alunos podem beneficiar. No campo de estudo da educação para os media, esta área foca-se no modo como deve ensinar os alunos como utilizar os meios e o que podem aprender com eles e para que os docentes adquiram capacidades de ensino adequadas aos alunos.

A autora Norminanda Montoya enuncia que o processo educativo é um processo de comunicação. Mas como em todos os processos de comunicação podem surgir problemas, pois muitas vezes o docente sente dificuldade em transmitir os conhecimentos, devido aos ruídos e interferências que surgem no acto comunicativo, o que provoca a que a mensagem não seja bem entregue ao seu receptor (aluno). “Este acto de ensinar gira em torno de uma transmissão de mensagens verbais e não verbais entre o emissor e o receptor” (Montoya, 2004:67).

O acto comunicativo integrado na educação leva a que o percurso do educando se modifique, pois a contribuição do processo comunicativo, faz com que a educação tenha de adoptar métodos que permitam implementar uma competência comunicativa, tanto nos seus docentes como educandos. Por isso, a autora Norminanda Montoya afirma que “a comunicação converte-se numa coluna vertebral nos processos educativos”.

Um dos objetivos deste carácter didático do processo de ensino-aprendizagem é fazer com que os alunos, ao utilizar as tecnologias, criem as suas próprias mensagens e que passem de recetores (alunos) a emissores. A autora ainda evidencia o facto de que é importante que, tanto o emissor como o recetor, devem utilizar o mesmo código linguístico para a produção de mensagens.



Para isso, o docente tem de fornecer instrumentos didáticos, aos alunos, para que estes possam adquirir conhecimentos e instrumentos de análise para julgar aquilo que veem nos produtos media. Com esta integração de novos métodos e instrumentos de análise sobre os media, instala-se um novo modo de aprendizagem. Este novo modo de aprendizagem é essencial para os alunos, pois não só falam dos meios de comunicação na sua essência informativa ou de entretenimento mas também recorrendo à sua vertente educativa. A autora Norminanda Montoya afirma que qualquer produto media, por exemplo um programa de televisão, pode ser utilizado como um documento de análise, pois os media são um retrato da realidade social da vida quotidiana dos cidadãos. Esta representação social nos media podem ser uma mais valia para o docente, pois poderá ajudar os alunos a desenvolverem estas capacidades críticas perante os conteúdos media.

## A Necessidade da Educação para os Media

Com a introdução da sociedade de informação no mundo moderno, surgiu a necessidade de emergir uma área de estudo que se debruçasse sobre o modo como se deve utilizar os media de forma eficiente e crítica. Esta área de estudo denomina-se por educação para os media.

Cabe à educação para os media implantar os novos valores direccionados para um futuro mais tecnológico e configurar a rede audiovisual (internet e a televisão digital). Esta rede gera um mundo global, onde tudo se torna mais próximo abrindo novos caminhos para o saber e partilha de objectivos e novos empreendimentos. Esta rede audiovisual torna-se numa escola universal repleta de novos conteúdos e conhecimentos. E as presenças destes meios na escola podem ser uma mais-valia para os alunos e dar um novo incremento aos estilos de ensino e dar a conhecer outras experiências pedagógicas benéficas para o aluno.

O conceito de educação para os media sofreu várias remodelações e, muitas vezes, é entendido como apenas um educar no uso dos media. Mas como mostro, neste trabalho, a educação para os media pode influenciar o indivíduo de outras formas.

A educação para os media, além de ser um conceito que ajuda o indivíduo a desenvolver capacidades críticas para interpretar os media, é também um conceito que abrange o processo de comunicação; ou seja, dessa capacidade crítica desenvolvida, os indivíduos adquirem capacidades e competências comunicativas através da interpretação de mensagens, possibilitando-os desenvolverem capacidades para uma participação mais activa na sociedade.

Uma análise mais exigente das mensagens e conteúdos mediáticos faz com que os indivíduos estejam mais atentos ao serviço e produtos de comunicação que lhe são propostos e devido à sua integração na vida quotidiana dos cidadãos, estes acham que devem questionar e exigir um serviço de comunicação à sua altura.

A formação para uma comunicação eficaz, possibilita que o processo de comunicação entre os indivíduos e as instituições tenham mais visibilidade e que as pessoas deem a conhecer os seus pontos de vista, pois viver numa sociedade democrática significa que todo o cidadão tem direito a expressar-se e dar a sua opinião.

Então entende-se, aqui, que os media não são meros vínculos de transmissão de informação, mensagens ou conteúdos mediáticos mas um instrumento de expressão das questões sociais e

culturais e que procuram criar “uma relação de funcionalidade com os problemas e necessidades socialmente existentes” (Pinto *et al.*, 2011).

Por isso, pode-se dizer que a educação para os media possui uma vertente didática e pedagógica, que contribui para que o indivíduo desenvolva uma atitude crítica relativamente aos produtos media, e para que este assuma um papel mais activo na comunicação.

Por isso, uma das tarefas da educação para os media é, segundo Manuel Pinto:

*“ensinar os jovens a dialogar com este mundo [...] deve ensinar-lhes a distinguir o essencial do acessório, e ao mesmo tempo, como preservar a sua própria identidade e personalidade como indivíduos com um papel específico a desempenhar”* (Pinto, 1988:38).

Com esta citação, Manuel Pinto quer dizer que os jovens devem participar no mundo social mas para isso têm de saber compreender as mensagens que lhe são transmitidas através dos media, e por conseguinte, seleccioná-las e formar opiniões para poderem participar dessa vida social, porém estes não se devem deixar influenciar totalmente pois devem manter a sua integridade pessoal.

A utilização dos próprios media como incentivo na educação, é também uma das vertentes de definição do conceito de educação para os media. O autor Jacques Gonnet na obra “Educação para os media: controvérsias fecundas” fala da possibilidade de utilizar os media nas salas de aula. Este autor dá exemplos de projectos como os jornais escolares como um instrumento pedagógico possível para os alunos ganharem voz e exprimirem as suas ideias. Ele acredita que utilizar os media como um meio de aprendizagem pode ser um caminho de uma nova educação, uma educação que despertará o interesse das crianças e que as preparará para o futuro.

Por isso se fala que a dinâmica consumo-produção também é outra das vertentes da educação para os media. Alguns autores acreditam que, para que haja um consumo consciente e inteligente dos conteúdos mediáticos, os indivíduos precisam de conhecer a linguagem e o estilo dos media. E a produção de produtos media, tais como os jornais e rádios escolares, podem ser uma mais valia para os alunos, pois podem ajudar a perceber como funcionam os media e que processos tem de passar até chegar ao consumidor.

Mas quem se preocupa com a implementação e a introdução deste conceito na educação e formação dos indivíduos?

São muitas as instituições que se preocupam com a introdução deste conceito na rotina dos cidadãos, tais como a Comissão Europeia, o Conselho da Europa, a Unesco, entre outras. Em consequência de reuniões realizadas por estes membros, foi redigida a Declaração de Grunwald e a Directiva 2007/65/CE.

A **Directiva 2007/65/CE** do Parlamento Europeu e proposta pela Comissão Europeia tenta definir este conceito da Educação para os Media. Segundo a directiva, a educação para os media “visa as competências, os conhecimentos e a compreensão que permitem aos consumidores utilizarem os meios de comunicação social de forma eficaz e segura. As pessoas educadas para os media são capazes de fazer escolhas informadas, compreender a natureza dos conteúdos e serviços e tirar partido de toda a gama de oportunidades oferecidas pelas novas tecnologias das comunicações. Estão mais aptas a protegerem-se e a protegerem as suas famílias contra material nocivo ou atentatório. A Educação para os Media deverá por conseguinte ser fomentada em todos os sectores da sociedade e os seus progressos deverão ser acompanhadas de perto”. Esta Directiva também sugere que se instale medidas para fomentar a educação para os media, tais como a formação dos educadores e professores para esta área; sessões de esclarecimento onde ensinam os pais a fazerem bons acompanhamentos quando os seus filhos vão à internet; a organização de campanhas nacionais junto dos cidadãos, utilizando os meios de comunicação para divulgar informações sobre o uso responsável da internet.

A **Declaração de Grunwald** incentiva a que a sociedade aceite a educação para os media como um ponto essencial para a formação dos indivíduos. Segundo esta declaração, “vivemos num mundo onde os media são omnipresentes”. De dia para dia, os media ocupam um lugar mais significativo e marcante na sociedade e na vida dos cidadãos, pois são cada vez mais as pessoas que passam algum tempo da sua vida a ver televisão, a ler jornais, ouvir rádio, entre outros novos media. Em vez de nos questionarmos ou condenar o poder dos media, os indivíduos têm de os aceitar e reconhecer que os meios de comunicação têm um impacto significativo no mundo, pois ajudam a desenvolver o processo comunicativo e são instrumentos importantes que influenciam a participação dos cidadãos na sociedade.

Mas para que os indivíduos não estejam sujeitos a influências nocivas, por parte dos media, eles têm de estar preparados para uma análise e interpretação crítica dos conteúdos, e para isso a introdução da educação para os media como uma formação necessária para os cidadãos surge como uma forma de lhes inculcar estas capacidades e competências.

A Declaração de Grunwald também foca sobre a responsabilidade que os cidadãos devem ter sobre a educação para os media, pois esta função deve estar a cargo de todos, principalmente da família e da escola, a fim de formar e alfabetizar os jovens para um mundo digital. Mas para que esta alfabetização tenha sucesso, é preciso fazer uma reestruturação do modelo de ensino e que só as entidades competentes terão poder para tal. Por conseguinte, apenas quando essas pessoas competentes, nomeadamente os professores, pais, profissionais dos media e os decisores políticos, virem que é necessário esta educação, é que todos os cidadãos poderão estar preparados, tanto para um melhor compreensão dos media, como para a produção de mensagem como para um bom exercício de cidadania.

Neste documento ainda é sugerido um conjunto de medidas que as entidades competentes devem instalar, tais como, iniciar e apoiar iniciativas para a educação para os media, que se foquem no desenvolvimento dos conhecimentos, capacidades e atitudes que encorajem o crescimento da consciência crítica e também incluir a análise de produtos mediáticos; o uso dos media como meios de expressão criativa e o uso e a participação eficaz nos canais de media disponíveis; desenvolver acções de formação contínua para os professores e educadores para que possam aumentar o grau de conhecimento e de compreensão dos media para os utilizar no ensino; e incentivar actividades de investigação sobre a educação para os media em outras áreas de estudo.

Devido à centralidade e poder que os media exercem no quotidiano dos indivíduos, torna-se necessário uma consciencialização para a utilização dos meios de comunicação. A introdução das novas tecnologias, tais como a televisão por cabo, os telemóveis, os videojogos, a internet, entre outros, permitiram que se desenvolvessem outras formas de comunicar e por conseguinte outras formas de transmitir informação e outras formas de relação e de participação dos indivíduos. Devido a esta evolução, torna-se necessário incutir capacidades e competências aos cidadãos para que estes saibam lidar com este tipo de informação fornecido por estas novas tecnologias.

Os autores Manuel Pinto, Sara Pereira, Luís Pereira e Tiago Dias Ferreira do estudo “Educação para os media – experiências, actores e contextos” traçaram algumas orientações sobre a necessidade de educar para os media. As orientações definidas são: a proteção, a orientação modernizadora ou tecnológica e a orientação capacitadora.

A orientação de proteção, segundo os autores, é necessária na educação para os media, pois é importante proteger as gerações jovens para os potenciais conteúdos nocivos dos media. Esta

orientação direcciona-se para as gerações mais jovens, nomeadamente as crianças, pois são estes os indivíduos mais vulneráveis e mais influenciáveis em relação aos conteúdos mediáticos. E para que elas não fiquem expostas a esses efeitos nocivos dos media, esta geração tem de compreender e interpretar as mensagens mediáticas, a fim de fazer uma selecção correcta dessas mensagens e usufruir essa informação de forma benéfica.

A orientação modernizadora ou tecnológicas tem que ver com o uso e o desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação como instrumento no ensino escolar. Esta orientação pretende que os estudantes possam ter acesso e formação para o uso das tecnologias. Os autores acham essencial a formação para as tecnologias, pois apesar de as tecnologias já estarem integradas no quotidiano dos cidadãos não quer dizer que elas transmitam, apenas, boas condutas, logo, o autor refere que “o acesso às tecnologias não garante, por si mesmo, o exercício de uma cidadania esclarecida e participada” (Pinto *et al.*, 2011: 29).

A terceira e última orientação traçada pelos autores foi designada de orientação capacitadora. Esta orientação tem como objectivo inculcar nos indivíduos o princípio da capacitação e da autonomização, ou seja, desenvolver, nas gerações mais jovens, capacidades e atitudes críticas em relação aos media. Mas para que essas capacidades se revelem, os indivíduos precisam de orientação, apoio e incentivo, pois esta aptidão não se desenvolve sozinha. Esta orientação capacitadora, ainda, promove o desenvolvimento das capacidades de expressão e de participação dos indivíduos na sociedade.

Os autores ainda referem um trabalho realizado pela Ontario Association for Media Literacy, onde esta associação expõe oito conceitos-chave sobre a importância da educação para os media. O primeiro diz que: “todos os media são uma construção”, pois os meios de comunicação não dão apenas a conhecer simples reflexões da realidade, as mensagens mediáticas são construídas segundo vários factores, por isso os media apresentam versões da realidade; a educação para os media tem a função de desconstruir essas construções complexas e fazer com que o indivíduo perceba como elas são feitas. O segundo conceito-chave enunciado é “os media constroem a realidade”, pois os media transmitem a maioria das experiências, que nos permite ter uma ideia do mundo e de como ele funciona, criando, assim, uma visão da realidade. O terceiro conceito-chave centra-se na escolha e selecção do significado da visão da realidade que os indivíduos têm sobre o mundo (“a audiência interpreta o significado dos media”); esta escolha é feita de acordo com os factores individuais: necessidades e ansiedades pessoais, experiência familiar e cultural, etc.. O quarto conceito-chave evidenciado é sobre o

interesse comercial dos media. A produção e a distribuição dos media é um negócio que tem como objetivo gerar dinheiro e obter lucro. A educação para os media, neste ponto, tem como objetivo desenvolver a consciência acerca de como os media são influenciados pelos aspectos comerciais, que muitas vezes interferem com a qualidade (técnica e conteúdo) dos meios de comunicação. O conceito-chave seguinte é “os media contêm mensagens de teor ideológico e de valores”, ou seja, os meios de comunicação transmitem valores e estilos de vida e que poderão ser adoptados pelos indivíduos.

O sexto conceito-chave tem que ver com as influências sociais e políticas que os media podem ter sobre a vida dos indivíduos constituintes da sociedade; o exemplo dado na obra é a influência que pode ter sobre a eleição do líder nacional, apenas pela imagem que passa sobre essa pessoa. O penúltimo conceito-chave centra-se no modo como a forma e o conteúdo estão intimamente relacionados, ou seja, cada meio de comunicação tem uma forma específica de transmitir mensagens, tanto na perspectiva da realidade que apresenta como do modo como faz; cada meio de comunicação pode transmitir o mesmo evento mas fá-lo de maneira diferente, transmitindo impressões e ideias diferentes. O último conceito-chave tem que ver com a forma estética única de cada meio, pois cada meio de comunicação transmite a sua mensagem num tipo de texto que lhes seja pertinente e o consumidor deve “desfrutar as formas agradáveis e os diferentes efeitos dos meios de comunicação”.

São muitas as teorias, muitos os autores, muitas instituições que se debruçam sobre este tema e tentam fazer com que este processo da educação para os media seja implantada na formação cívica e educativa dos indivíduos. Esta importância de integrar a educação para os media no sistema educativo surge devido ao facto dos media serem um elemento integrante da sociedade contemporânea, e é um meio muito poderoso de transmissão de valores culturais, sociais, económicos, culturais, etc.

Para que os indivíduos consigam tirar proveito das mensagens e conteúdos transmitidos pelos media, a educação para os media surge como uma alavanca para que os cidadãos sejam mais consciente e críticos em relação aquilo que consomem nos media, através da análise e a interpretação crítica do que é publicado.

Mas são as crianças, devido à sua vulnerabilidade, que exigem que se faça um esforço redobrado quanto a esta questão, pois são elas as mais influenciáveis pelos conteúdos dos media. Um dos objetivos é incutir-lhes uma capacitação e uma formação que lhes permita “compreender e participar activamente na cultura mediática”. A esta necessidade de

capacitação e formação sobre os media, os autores denominam de *empowerment*, ou seja, incutir e desenvolver um poder de reflexão sobre aquilo que eles possam ver, ler ou ouvir.

Outro dos aspectos ressaltados pelos autores do estudo foi o aspecto da comunicação, pois além da educação para os media fazer pensar sobre os media, também propõe que as pessoas desenvolvam a capacidade de participar ativamente na sociedade e nos processos comunicativos. Ou seja, devido ao direito de comunicação e expressão incutidos no conceito de democracia, os autores afirmam que a comunicação também é um aspecto importante a considerar na educação para os media, não só incutir capacidades para que as pessoas critiquem as mensagens mediáticas mas que a partir daí possam desenvolver um capacidade comunicativa e social que lhes permitam participar mais activamente na sociedade.

Este direito da comunicação é um direito que os cidadãos têm direito a exercer, pois é este poder que lhes permite relacionar e comunicar com os outros membros da comunidade e que lhes permite participar nos processos comunicativos da sociedade.

A educação para os media tem assumido relevo no plano internacional, onde foi delineado que o processo educativo deve iniciar o mais cedo possível na formação do indivíduo e deve prolongar-se para o resto da vida. Esta formação contínua do indivíduo figura na Declaração de Grunwald, pois a televisão continua a ser um meio que constitui para a estruturação do espaço mediático e que dá a conhecer novos mundos.

Os meios mediáticos são produtos que possibilitam aos indivíduos a obtenção de novas informações que poderá a ser útil para aumentarem o seu nível de conhecimento, e a educação para os media elucida-os para uma capacitação crítica e fazer com que eles sejam uns consumidores esclarecidos.

Mas outra questão importante que surge neste estudo sobre a educação para os media é sobre as pessoas que são responsáveis pela formação dos indivíduos nesta matéria. Os autores enunciam algumas entidades públicas que devem assumir esta responsabilidade na sociedade, entre as quais se destacam as escolas, as associações, as bibliotecas, as empresas, o governo, o ensino superior, as instituições públicas, as organizações internacionais, os provedores e os próprios media. Segundo Manuel Pinto e os restantes autores do estudo, estas instituições e entidades têm um papel preponderante na formação dos indivíduos no campo dos media.

Estas entidades têm como objetivo ajudar a introduzir a educação para os media, elucidar os cidadãos para um uso mais seguro e crítico dos produtos mediáticos, e conseqüentemente para a produção de mensagens mediáticas e para uma participação social consciente.



As entidades nomeadas acima são entidades que se envolvem neste processo da educação para os media, sendo que as associações como a Associação Portuguesa de Consumidores de Media (ACMedia) e a Associação Portuguesa de Anunciantes (APAN) são duas das entidades que desenvolveram projetos no sentido de elucidar os consumidores para um uso responsável dos media (Projecto ACPMedia) e a criação de um projecto de educação para os media na área do consumo da publicidade (MediaSmart).

Em Portugal, já são alguns os programas e projetos ligados à educação para os media efetuados pelos próprios media. O Projecto “Público na escola” fundado pelo Jornal Público tem como objetivo apoiar a criação e a expansão dos media escolar assim como desenvolver o espírito crítico dos alunos; e o projecto “MediaLab” do grupo Controlinveste, onde propõe dar a conhecer um pouco melhor a redação e a execução de um jornal. No domínio da televisão, surgiram iniciativas como “A SIC por Portugal”, projecto em que um camião-estúdio andou pelo país e deu oportunidade às pessoas de viverem uma experiência em televisão e o projeto “Fazer TV” da RTP que teve como objetivo o conhecimento do meio televisivo como tecnologia e como meio de comunicação, onde deu oportunidade aos espectadores de produzir um vídeo num género à sua escolha e ir a concurso. Estes exemplos sugerem como é importante a educação para os media na vida dos cidadãos, sendo que os dois primeiros projetos ajuda-os a entender os media e os dois seguintes, os indivíduos puderam participar e produzir conteúdos media.

Outra iniciativa mediática na área da educação para os media, e um dos pontos centrais deste trabalho, é o programa “**Nativos Digitais**”. Os autores do estudo fazem referência ao programa como um meio que evidencia o conceito da educação para os media. E de facto o programa aborda essa temática e dá a conhecer iniciativas nesta área mas também incide sobre o funcionamento e a importância dos meios de comunicação social na sociedade.

Os programas de televisão podem ser um meio para transmitir mensagens e para educar os cidadãos para os media. E por conseguinte cabe à família, e principalmente aos pais, ajudar as crianças neste processo de aprendizagem sobre os conteúdos e mensagens que veem na televisão.

## Metodologia

A metodologia deste trabalho baseou-se em explorar algumas referências bibliográficas especializadas na área dos media e da educação para os media. A exploração bibliográfica foi feita com o intuito de sustentar a minha ideia inicial sobre a importância dos media na sociedade contemporânea e para sustentar a análise prática dos episódios do programa “Nativos Digitais”. Os temas do programa que analisarei são: “Crianças e Televisão”, “Crianças e a Publicidade e os Jornais e a Escola”, “os Nativos Digitais Portugueses” e o tema “Literacia Mediática: saber consumir e produzir”; escolhi estes temas porque estão ligados à vertente do programa de educação para os media.

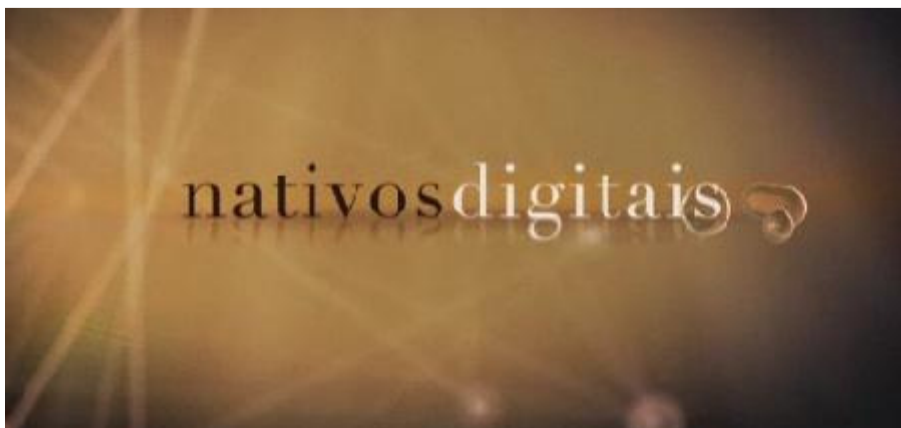
O objetivo da minha análise é expor, a componente teórica abordada no programa assim como a visão dos especialistas entrevistados e mostrar como é que a produção do programa aborda os temas.

Espero constatar que os media e a educação para os media já fazem parte do leque de preocupações tanto da escola, das organizações e instituições públicas como do seio familiar na formação dos indivíduos. E que de facto um programa sobre os media é uma mais valia para o público, pois dá-lhes a possibilidade e a oportunidade de conhecer o mundo dos media, que para a maior parte das pessoas é apenas um mundo aparente, ou seja, só o produto final, aquilo que leem, veem ou ouvem. Assim, com o aparecimento deste tipo de programa será dada oportunidade, aos cidadãos, de conhecer o interior do mundo dos meios de comunicação e das novas tecnologias.

O programa “Nativos Digitais” ainda pretende salientar a importância de implementar iniciativas nas várias instituições (escola, família, associações, etc), para consciencializar os indivíduos para o bom consumo dos sistemas mediáticos que fazem parte do dia-a-dia do indivíduo.



## Enquadramento do “Nativos Digitais”



O programa “Nativos Digitais” é um programa sobre os media com o objetivo de informar o público sobre o mundo dos meios de comunicação social. Dá enfoque à atualidade dos media, nomeadamente a temas relacionado com os meios de comunicação social, a internet, as novas tecnologias, etc.

Neste mundo já não se vive sem as novas tecnologias, estas assumem um papel essencial na vida dos indivíduos, pois além de ajudarem a que a comunicação entre os indivíduos seja cada vez mais fácil, a maioria das pessoas têm acesso rápido e fácil a qualquer informação.

Este programa surgiu de uma ideia sugerida pela direcção da RTP2 e foi encomendada à *Farol de Ideias* mas conta com a colaboração de professores especialistas na área dos media da Universidade do Minho, o Professor Manuel Pinto, a Professora Sara Pereira e o Professor Joaquim Fidalgo. O papel deste grupo de professores é de propor e analisar os temas, juntamente com a coordenação do programa, e sugerir alguns nomes de pessoas especialistas em cada tema mas é depois a coordenação que desenvolve o tema, segundo as propostas feitas.

O objetivo da criação do programa é de levar as pessoas a compreender como as coisas acontecem. Este programa funciona como uma espécie de *making-off* dos media, pois quer mostrar ao público como os media funcionam, pretende responder a questões e idiosincrasias do universo dos meios de comunicação assim como ajudar o público a desenvolver um olhar mais crítico sobre a forma como os media se comportam.

Segundo o Professor Manuel Pinto, através de uma pequena entrevista realizada para este trabalho, o programa mostra como um produto mediático é feito e para isso a produção do programa como que o desconstrói para que o indivíduo possa “ver para lá do ecrã e penetrar no

lado mais técnico e profissional”. Este investigador ainda afirma que este programa não funciona como um instrumento pedagógico em si, pois o objectivo não é “impingir” algo ao espectador para que ele veja e use os media só de uma determinada maneira; Este programa pretende funcionar como um “trabalho educativo mas sem possuir essa vertente de receita”.

E essa vertente educativa tem o intuito de ajudar os cidadãos a desenvolver as suas próprias ideias através dos media, para que eles possam participar não só da vida social mas também que possam fazer uma escolha mais exigente em relação a um serviço de comunicação.

O facto deste programa ser exibido na RTP 2, faz com que detenha responsabilidade social acrescida. Segundo o Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão de 2008 (Cláusula 7ª, n.º2)g) é o dever do serviço público de televisão, *“participar em actividades de educação para os meios de comunicação social, garantindo, nomeadamente, a transmissão de programas orientados para esse objetivo”*, ou seja, o serviço público de televisão tem a obrigação de exibir programas que explorem o tema dos media para que o público fique a conhecer este mundo mas também para que o público desenvolva uma visão mais crítica sobre o mundo e até que os próprios profissionais da comunicação social analisem e reflitam sobre o seu trabalho.

E é esse um dos principais objetivos do “Nativos Digitais”: funcionar como um espaço de educação para os media, ou seja, mostrar e exemplificar questões da actualidade desenvolvidas pela comunicação social e pela sociedade de informação em geral, suscitando debates e reflexões que sejam pertinentes e enriquecedores para o público, e por conseguinte tentar desenvolver um espírito crítico nos consumidores dos media. Por isso pode-se dizer que o programa cumpre com o seu papel de ajudar os indivíduos no seu processo de aprendizagem e educação para e sobre os media.

## **Análise do Programa “Nativos Digitais”**

Nesta parte do trabalho vou explorar quatro temas do programa “Nativos Digitais” e analisá-los. O objectivo da análise dos temas do programa é mostrar o quão os media entram na vida dos cidadãos e como estes podem influenciar a opinião pública. Também pretendo esclarecer como este programa pode elucidar os telespectadores para uma consciência mais crítica e atenta sobre o mundo actual e ainda tentar expor como os media se tornaram num factor importante para o desenvolvimento das sociedades e comunidades atuais.

Para demonstrar estes objetivos do programa decidi destacar para a análise do programa os seguintes temas: as crianças e a televisão (programa 4); crianças: danos colaterais da máquina publicitária, o qual incidirá sobre os subtemas, as crianças e a publicidade e os jornais e a escola (programa 12); os nativos digitais portugueses (programa 15) e a literacia para os media: saber consumir e produzir (programa 23);

A análise destes assuntos será feita de uma perspectiva de identificação dos temas segundo os estudos sobre a educação para os media e a importância da literacia mediática no contexto social.

### **Programa 4 : “Crianças e a Televisão”**

A televisão é um dos meios mais conhecidos da sociedade atual, apesar do mundo digital e tecnológico ter tomado conta do mundo, a televisão ainda continua a ser um meio de referência em Portugal e no mundo. Este meio é um meio de transmissão de informação mas também de entretenimento, o que por conseguinte provoca uma grande audiência e consequentemente, poder e influência sobre o cidadão.

As crianças, apesar de já terem nascido num ambiente rodeado por aparelhos electrónicos e tecnológicos, tais como a televisão, os videojogos, computadores, internet, e outros que os tornaram em nativos digitais, em que um mundo conhecido é facilmente dominado por eles, não deixam de estar mais vulneráveis perante os seus conteúdos.

As crianças “vivem rodeadas de computadores e consolas de jogos e já dominam as powerbox’s, melhor que os pais”, as empresas que produzem serviços de televisão aperceberam-se disso e, por isso, criaram mais ofertas de programação para este público.



**Ilustração 1 – As crianças dominam as novas tecnologias**

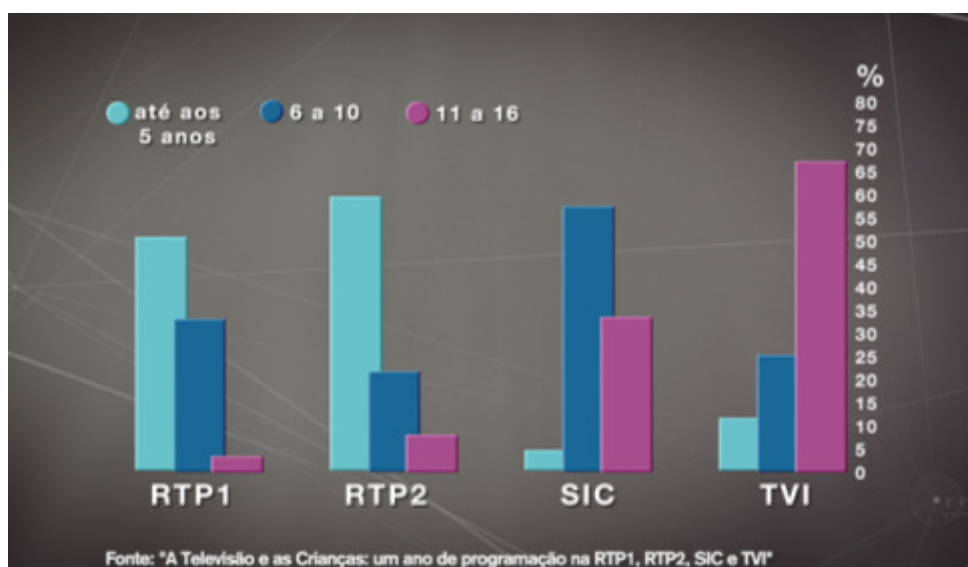
O programa salienta a grande mudança que se verificou nos últimos 20 anos na programação infantil e é dado o exemplo da “Rua Sésamo”, que no início da década de 90 se tornou num programa de grande “sucesso pedagógico” durante muitos anos e que originou vários estudos.



**Ilustração 2 e 3 – “Rua Sésamo”, programa de grande sucesso pedagógico da década de 90**

Depois o aparecimento das televisões privadas veio introduzir uma oferta complementar. Este novo incremento proporcionou novas linguagens e formatos e, conseqüentemente, hoje cada canal direcciona-se para as diferentes faixas etárias. Segundo o estudo “A TV e as crianças” do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho, a RTP direcciona a sua programação para as crianças do pré-escolar (até aos 5 anos), a SIC direcciona a sua

programação para um público infanto-juvenil, dos 6 aos 10 anos de idade, e a TVI para um público mais pré-adolescente e adolescente (dos 11 aos 16 anos).



**Gráfico 1 – Estudo “A TV e as Crianças” do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho**

O aparecimento de outros canais temáticos, nomeadamente na televisão por cabo, também veio dissipar o público devido ao número de canais que, hoje, podemos encontrar neste tipo de serviço. E de certo modo, estes novos canais vêm complementar a programação infantil em horário compatível para as crianças.

Mas há um problema que se destaca quanto à programação infantil na televisão e aquilo que as crianças veem. Segundo o testemunho da Professora Sara Pereira neste episódio do programa, as crianças não veem, apenas, a programação que está destinada à infância. Além de verem a programação que lhes está destinada, as crianças veem, também, a programação para adultos, nomeadamente as telenovelas.

A problemática que se coloca em relação à programação infantil é o horário, apesar de as crianças gostarem da programação que lhes é indicada nem sempre o horário da programação é compatível com as actividades lectivas, o que lhes impossibilita de ver os programas que lhes são dedicados. Mas o serviço público de televisão tenta responder a essa problemática, pois devido ao seu estatuto detém de uma responsabilidade acrescida, tal como afirma Teresa Paixão, responsável pela programação infantil da RTP. E de facto, ao final da tarde, a grelha de programação da RTP2 exhibe conteúdos infantis, e que é considerado por alguns especialistas, o



período nobre para exibir a programação infantil. Mas um problema que Teresa Paixão enumera é o facto da exibição deste tipo de conteúdos infantis acontecer em simultâneo a outros programas de interesse para adultos, nomeadamente, o telejornal, o que impossibilita as crianças de verem os seus programas.



VS.



**Ilustração 4 e 5 – A programação infantil VS. A programação para adultos**

Mas não é apenas pelos horários que as crianças veem e apreciam mais a programação para os adultos ou para a família. Outros dos problemas que é enumerado neste episódio do programa é o zapping. Este controlo de mudança de canais através de um click pode se encarado como um problema para as crianças quando estas não são vigiadas quando veem televisão. Quando a criança não é vigiada, esta pode cair na tentação de parar no canal que quiser, canal este que pode estar a passar conteúdos impróprios para a idade e que poderá ser prejudicial em termos educativos. Esta questão da mediação não passa apenas pelos pais verem televisão junto dos filhos mas pode ser resolvida através do “conversar sobre”, tal como afirma a Professora Sara Pereira. Ou seja, este processo educativo deve ser feito através de um processo de comunicação entre os pais e os filhos, sendo que os pais têm de estar atentos ao que os filhos podem ver e explicar os conteúdos inerentes à programação.

Voltando ao assunto da programação infantil na televisão, a Professora Sara Pereira afirma que as crianças do pré-escolar são os que estão mais bem servidos em termos de programação porém são os adolescentes o público mais lesado, pois é o público que tem menos programação para a sua idade e afirma que a telenovela “Morangos com açúcar” da TVI surge, muitas vezes, como o programa mais visto entre este público jovem.



**Ilustração 6 – “Morangos com Açúcar”, telenovela mais vista pelo público mais jovem.**

Portanto pode-se dizer que as telenovelas surgem, muitas vezes, como opção entre o público jovem. Quando estes não têm mais nada para ver, a telenovela pode surgir como um programa onde eles veem retratada uma realidade mais real e mais viva do que na programação infanto-juvenil.

E de facto foi o que se constatou no programa quando se entrevistou algumas crianças. Estas entrevistas surgiram para inquirir as crianças sobre o que elas veem na televisão e comprovou-se que elas não só veem os desenhos animados como também telenovelas ou até mesmo os realityshows exibidos pelos canais generalistas. Mas o que também é demonstrado nestes exemplos é que estas crianças disseram que veem alguns dos programas que não são destinados para a infância mas com o acompanhamento de uma pessoa mais velha.

Portanto, pode-se concluir deste episódio que as crianças são um dos maiores consumidores de media e como dominam a maioria das novas tecnologias e dos media estão mais expostos aos mesmo. É também dito que além de verem programas que lhes estão destinados, também veem programas destinados para os adolescentes ou para os adultos. Por isso é importante que haja uma supervisão dos pais quando as crianças veem outro tipo de programas, e consequentemente para que estas não estejam expostas a conteúdos nocivos. Isto deve-se ao facto de as crianças passarem muito tempo em frente à televisão quando estão em casa, e sem supervisão as crianças ficam expostas aos conteúdos mediáticos, tornando-se, assim, mais influenciáveis.



## Programa 12: “Crianças: danos colaterais da máquina publicitária”

No episódio “crianças: danos colaterais da máquina publicitária”, o “Nativos Digitais” explora dois projectos de intervenção e formação na área da Educação para os Media que se integram no espaço escolar, entre os quais o Media Smart e os projetos que os jornais portugueses têm desenvolvido no espaço escolar.

O espaço escolar sofreu grandes alterações no virar do novo milénio. Este espaço educativo deixou de ser apenas um local onde o aluno aprende a ler e a escrever e passou a ser um espaço de reflexão social. A introdução das tecnologias e dos media no espaço social e escolar, também veio contribuir para esta mudança.

Como referi no ponto anterior e com é constatado neste episódio do programa, as crianças são os principais consumidores de produtos media e tecnológicos. Devido ao elevado consumo de media, leva a um elevado consumo de publicidade. E para que a reflexão sobre o fenómeno publicitário se fizesse de modo consciente, algumas entidades sentiram a necessidade de integrar o Projeto “Media Smart” nas salas de aula.



Ilustração 7 – imagem do *website* do projeto “Media Smart”

Com o objetivo de dar a conhecer melhor estas iniciativas, o programa “Nativos Digitais” dedica um episódio do programa para explicá-los e mostrar a sua potencialidade e aplicabilidade no contexto educativo.

Primeiramente é explicitado a respeito do projecto “Media Smart”. Este projeto chegou a Portugal, pela primeira vez, em 2008 a partir do Reino Unido.

Este projeto tem como propósito a educação para os media e tem como objetivo promover a literacia para a publicidade nas crianças entre os 7 e 11 anos (1º e 2º ciclo).

Tal como afirma a interveniente Manuela Botelho da Associação Portuguesa de Anunciantes, esta literacia passa pelo fornecimento de ferramentas que ajudem as crianças a analisar e interpretar a publicidade e fazer com que compreendam o espaço publicitário. O desenvolvimento de um sentido crítico nas crianças em relação à publicidade e a desconstrução das mensagens publicitárias também são dos objetivos fundamentais deste projeto.



**Ilustração 8 – imagens de publicidades retratadas no episódio do programa**

Os especialistas comprovam que a publicidade pode exercer uma influência comportamental e de hábitos de consumo sobre as crianças.

O projeto “Media Smart” nasceu no Canadá e chegou ao Reino Unido em 2002 onde foi aperfeiçoado. Mas Portugal adotou o modelo inglês, onde se aborda vários módulos desde a perceção da quantidade da publicidade que existe na sociedade atual à análise e compreensão das mensagens e spot’s publicitários.

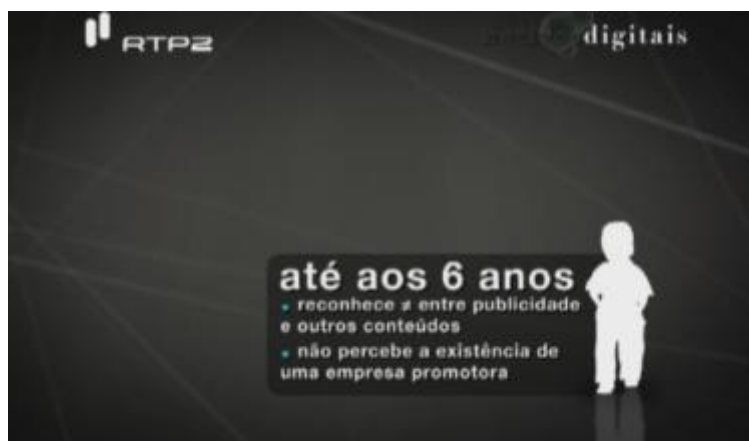
Ainda é evidenciado por Manuela Botelho que este projeto engloba temas desde a fase inicial da tomada de consciência sobre o que é a publicidade até às fases mais complexas, tais como a elaboração de um filme publicitário e que intenção e propósito está por detrás de um spot publicitário.

Até uma certa idade, as crianças não veem a publicidade como um formato de persuasão, veem a publicidade como um meio de entretenimento e como um mero vínculo de informação de produtos, tal como afirma a investigadora Luísa Agante.

Mas consoante a idade, os efeitos e a perceção sobre a publicidade manifesta-se de forma diferente. Por isso, é demonstrado no programa as diferentes fases de reconhecimento da

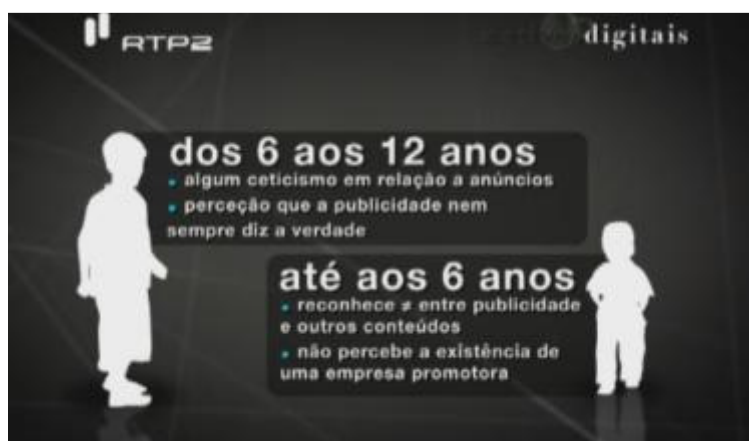
publicidade, como e em que idades as crianças percecionam a verdadeira essência da publicidade.

As crianças até aos 6 anos reconhecem a diferença entre a publicidade e os outros conteúdos mas não percebem que há uma empresa que promove o produto e que há uma intenção comercial.



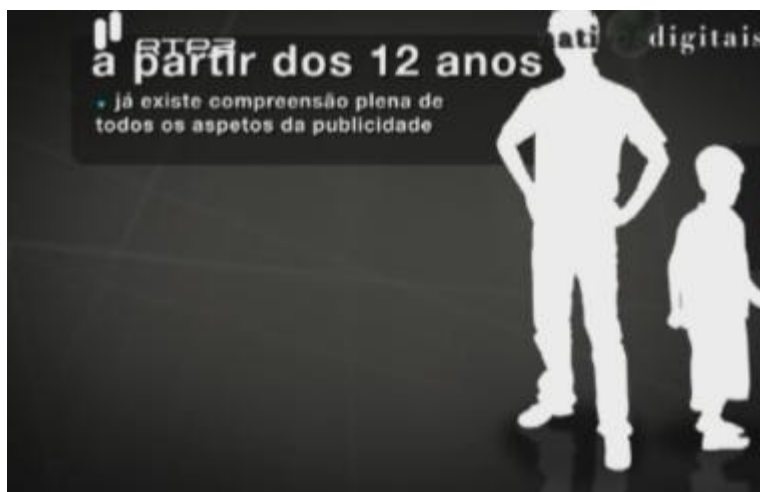
**Ilustração 9 – como as crianças percecionam a publicidade aos 6 anos.**

Dos 6 aos 12 anos, as crianças começam a ter uma perceção sobre a mensagem que o anúncio publicitário transmite, mas quando a criança se apercebe que estes anúncios não dizem a verdade, ela pode ficar céptica em relação aos conteúdos.



**Ilustração 10 – como as crianças percecionam a publicidade entre os 6 e os 12 anos.**

A partir dos 12 anos, as crianças já possuem uma capacidade cognitiva semelhante a de um adulto e, portanto possuem aptidões para uma compreensão plena de todos os aspectos da publicidade.



**Ilustração 11 – como as crianças percebem a publicidade a partir dos 12 anos.**

As crianças até aos 6 anos são o público mais vulnerável aos anúncios publicitários, porque até essa idade verifica-se que há uma relação direta entre o que as crianças pedem aos pais e a publicidade que viram na televisão. Ou seja, a publicidade influencia o tipo de brinquedo ou até alimentos que as crianças pedem aos pais, devido ao poder persuasivo que a publicidade comercial tem sobre o consumidor, tal como evidencia a investigadora Luísa Agante.



**Ilustração 12 e 13 – a relação entre o que as crianças veem através da publicidade e o que pedem aos pais**

Por isso, foi necessário criar um projeto que pudesse elucidar as crianças para o tipo de mensagens publicitárias que veem. A responsabilidade desta literacia para a publicidade não cabe, apenas, à escola mas também aos pais, pois estes já possuem um sentido crítico mais apurado e podem acompanhar as crianças neste processo.

Outro aspeto que é ressaltado no episódio do programa, por Manuela Botelho da Associação Portuguesa de Anunciantes, é a proteção e os métodos que devem ser utilizados com as

crianças e a publicidade. É referido que a legislação e a auto-regulação é um dos métodos para proteger as crianças sobre os malefícios da publicidade. Mas será isto suficiente?

Os especialistas acham que a legislação é suficiente mas há certos aspetos em que a publicidade precisa de ser “controlada”. Esta proteção já é feita, nomeadamente, em relação à publicidade a bebidas alcoólicas e produtos alimentares menos saudáveis mas essa proteção passa, também, pela transmissão desses mesmos anúncios publicitários, para que o público esteja atento a certas influências e se possa proteger. A transmissão destes conteúdos através dos meios de comunicação social podem ser limitados de forma a que as crianças não vejam esses anúncios durante o período em que eles veem televisão. Mas, hoje, com a facilidade que as crianças têm acesso à internet, estas ficam sujeitas a conteúdos que as podem influenciar negativamente. E para que esta influência não seja nociva, as crianças tem de passar pelo processo de formação para os media e para a publicidade.

Neste momento, o projeto “Media Smart” está integrado em 30% das escolas portuguesas, mas esta iniciativa é uma escolha voluntária do próprio educador, pois é ele que decide se deve integrar esta iniciativa no seu plano curricular. Infelizmente, e como é referido no programa, este tipo de iniciativa ainda é facultativo; mas os especialistas acham necessário que este tipo de projectos sejam integrados nos planos escolares, pois só assim se minimizará os efeitos da publicidade nas crianças.



**Ilustração 14 – o projeto “Media Smart” nas salas de aula**

Portanto, é aqui, que a intervenção dos pais e da escola se torna imprescindível, pois estes agentes ajudam a inibir os possíveis efeitos perversos e nocivos que os media podem ter sobre as crianças.



Outro dos projetos evidenciados neste episódio do programa é as iniciativas que os jornais portugueses têm vindo a desenvolver para tentar ajudar os jovens a compreender melhor o mundo mediático. Aqui, pretende-se dar a conhecer dois projetos distintos da produção de jornais para jovens. Estes projetos, também, estão integrados no campo de iniciativas de Educação para os Media de Portugal. Estes projetos são: “Público na Escola”, iniciativa gerida pelo Jornal Público e o “MediaLab” do grupo Controlinveste (Diário de Notícias e Jornal de Notícias).



O projeto “Público na Escola” é um projeto com mais de 20 anos e procura incentivar “o uso dos media na escola enquanto instrumentos ao serviço da inovação pedagógica e de aprendizagem da vida cívica e tem dinamizado uma reflexão crítica sobre a lógica específica dos diversos meios de comunicação social”.

Este projeto tem como propósito ajudar e apoiar os jornais escolares, assim como, incentivar e melhorar os jornais escolares. Mas também promover uma melhor compreensão mais alargada sobre o que é o jornalismo e a comunicação.



**Ilustração 15 – imagem de uma notícia do projecto “Público na escola”**

Os objetivos da iniciativa passam por consciencializar os jovens sobre os seus direitos e possibilidades de participação face aos meios de comunicação, ajudando-os a descodificar a linguagem da imprensa e dos media em geral; contribuir para que os jovens criem uma relação mais próxima entre a atualidade e a escola; promover, entre os jovens, uma visão mais dinâmica

e mais interessante da vida social, para que possam participar mais ativamente na sociedade contemporânea; implementar um sistema de leitura de jornais entre a população escolar e desenvolver um espírito crítico entre os mais jovens, principalmente face aos meios de comunicação social.

O projeto pretende promover uma compreensão mais alargada sobre os media, os jornais, a televisão e até os videojogos, fornecendo quer ao público jovem, quer aos educadores, instrumentos que lhes permitam perceber o que está por detrás deste mundo, tal como afirma Eduardo Jorge Madureira, responsável pelo projecto “Público na Escola”.

Além desta preocupação e responsabilidade que o *Público* quer implementar nos espaços escolares, este meio impresso muito reconhecido em Portugal, promove iniciativas como o Concurso Nacional de Jornais Escolares, onde entregam prémios aos melhores jornais realizados no espaço escolar. Este tipo de iniciativas tem como propósito estimular a prática de um jornalismo escolar crítico e criativo; fazer com que os jornais escolares se tornem em instrumentos cívicos para que possibilitem a discussão de temas relevantes na comunidade escolar e que promova relações entre a escola e o meio envolvente; promover a utilização das tecnologias da informação e de comunicação na produção dos jornais escolares e contribuir e divulgar a importância da Educação para os media.



Ilustração 16 – imagem de uma notícia para o Concurso Nacional de Jornais Escolares

A realização de jornais escolares é uma experiência que, quando bem realizada, é uma mais valia para os seus intervenientes, pois ajuda a formar leitores mais críticos, mais participativos e com uma visão mais homogénea sobre o mundo dos meios de comunicação, como evidencia o responsável do projecto “Público na Escola”.

Outro dos projetos que é exposto no programa é o projeto MediaLab promovido pelo grupo Controlinvest.

Este projeto é ligeiramente diferente do “Público na Escola”. Ao contrário do “Público na Escola”, o projeto MediaLab visa a simulação da criação de um jornal nos laboratórios multimédia e de jornalismo nas redações de Lisboa e do Porto dos jornais Diário de Notícias (DN) e Jornal de Notícias (JN). O projeto destina-se a alunos do 2º e 3º ciclos, ensino profissional e secundário, assim como às famílias.



**Ilustração 17 e 18 – Logótipo do Projecto MediaLab do Diário de Notícias e do Jornal de Notícias**

O principal objetivo deste projeto é sensibilizar e promover o entendimento da importância dos jornais e websites na sociedade, contribuindo para a Educação para os Media nos jovens entre os 10 e os 18 anos.

A iniciativa promove dois workshops direccionados para as escolas denominados de “Faz a tua primeira página” e “Trabalho em Editoria” e um outro workshop direccionado para as famílias. Nos workshops destinados para as escolas, os alunos assumem o papel de jornalistas e editores por um dia, criando a primeira página do jornal, seleccionam as notícias que querem publicar, escrevem os textos dessas notícias, escrevem os títulos e escolhem a imagem/fotografia que acompanhará o texto e tomam decisões editoriais que justifiquem os critérios da primeira página que efetuaram.



**Ilustração 19 – imagem do *website* do projecto MediaLab**

Este laboratório da Controlinveste pretende proporcionar aos alunos uma experiência ludo-pedagógica sobre os media em geral e a imprensa escrita, através de um processo de aprendizagem sobre como se faz um jornal no século XXI e que processos ele sofre antes de ser publicado nas bancas mas também como se faz a sua publicação online.



**Ilustração 20 – estudantes nos laboratórios de jornalismo e multimédia das redações do grupo Controlinveste (Projeto MediaLab).**

O responsável pelo projeto, Alexandre Fonseca, afirma que esta iniciativa é uma forma de os estudantes perceberem as dimensões que um jornal do século XXI deve ter. Além disso, acha importante que os jovens entrem em contacto com este mundo real e lhes seja permitido ver o “coração” de um jornal e que tenham oportunidade de lhes ser explicado com um editor faz o seu trabalho, por exemplo, escolher as notícias.

Este é outro dos projetos integrados no campo das iniciativas educativas e que pretende promover a literacia e a educação para os media em Portugal.

Os projetos “Público na Escola” e o MediaLab têm como missão: fazer com que os jovens distingam a boa da má informação, saibam onde encontrar a boa informação, que distingam a

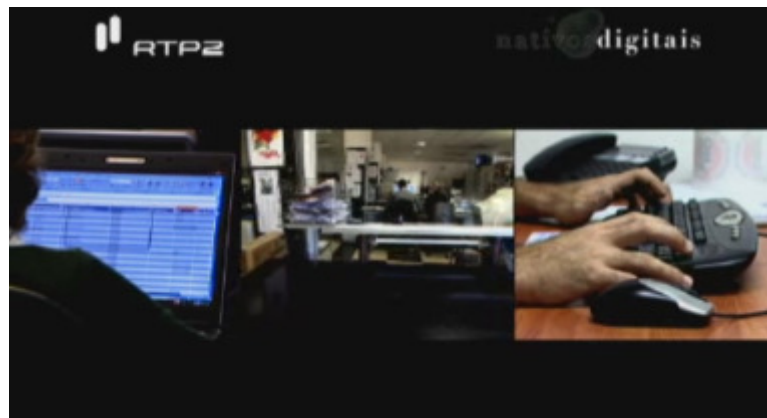
publicidade da informação e estejam preparados para perceber a relevância que os media têm, pois um cidadão informado é um cidadão mais atento e participativo na vida social.

## Programa 15: “Nativos Digitais Portugueses”

Neste episódio do programa é exposto o perfil dos nativos digitais portugueses. Este perfil é traçado através do estudo efectuado pela OberCom, o Observatório da Comunicação.

O objetivo é mostrar, segundo o estudo da OberCom, o que caracteriza os nativos digitais portugueses, nomeadamente quem utiliza as novas tecnologias, onde utiliza, quando utiliza e como utiliza, e que desafios enfrentam.

Este estudo tenta mostrar, através de dados recolhidos, o papel crucial que as novas tecnologias assumem na vida das crianças e dos jovens adolescentes.



**Ilustração 21 – as novas tecnologias**

Este estudo revelou que 98,5% dos jovens entre os 10 e os 15 anos já utilizam computador, ao contrário dos restantes 1,5% dos jovens que nunca utilizou o computador e 95% desses jovens já tiveram contacto com a internet.

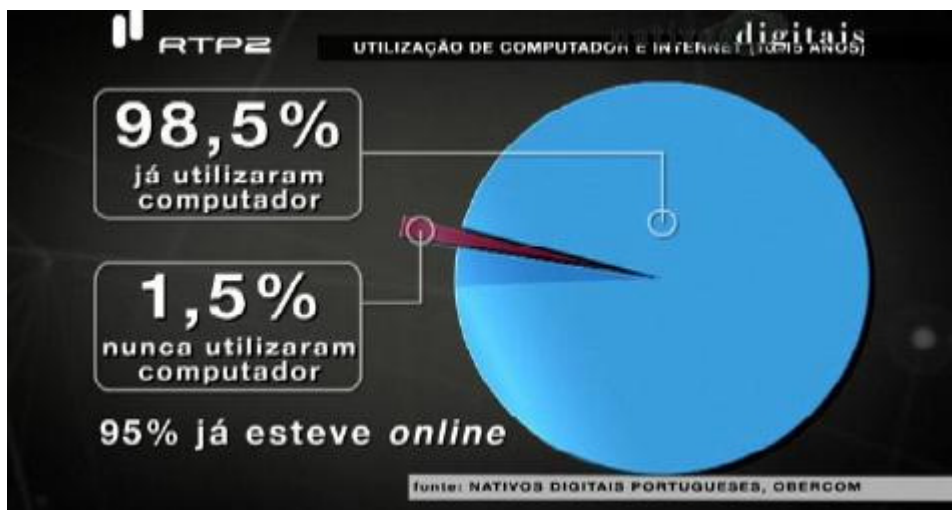


Gráfico 2 – utilização do computador e da internet pelas crianças entre os 10 e os 15 anos

Numa segunda análise verifica-se que à medida que a idade avança há uma diminuição da utilização do computador e da internet. Por isso da população mais velha (entre os 16 e os 74 anos) apenas 51,9% já tiveram contacto com um computador e 45,6% já tiveram acesso à internet. Verifica-se que os jovens entre os 10 e os 15 anos, é o grupo que tem mais oportunidade e interesse em utilizar o computador e aceder à internet.

Esta declinação da utilização do computador e da internet à medida que a idade avança, reflecte-se devido à cultura de utilização que se tem acentuado recentemente. Ao contrário, os jovens entre os 10 e os 15 anos, nasceram no culminar do aparecimento da internet, e por isso o uso por parte deste público é maior.

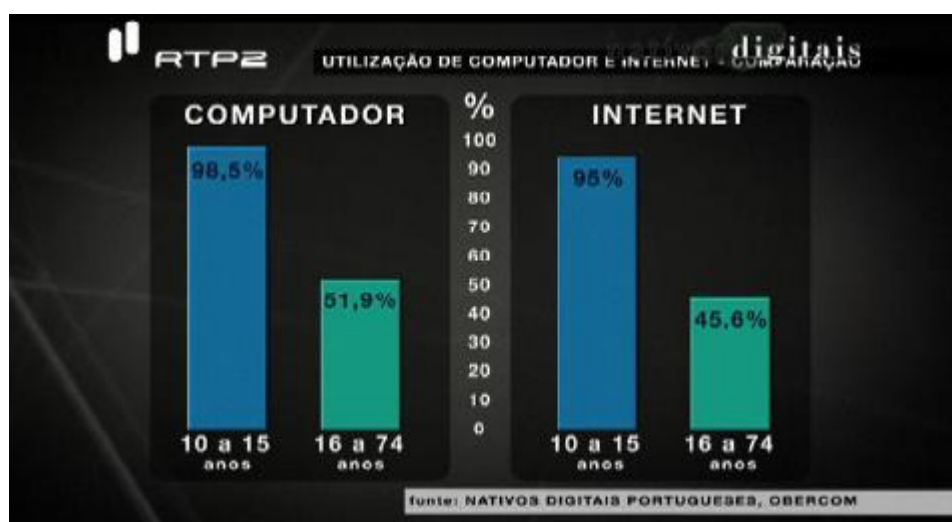
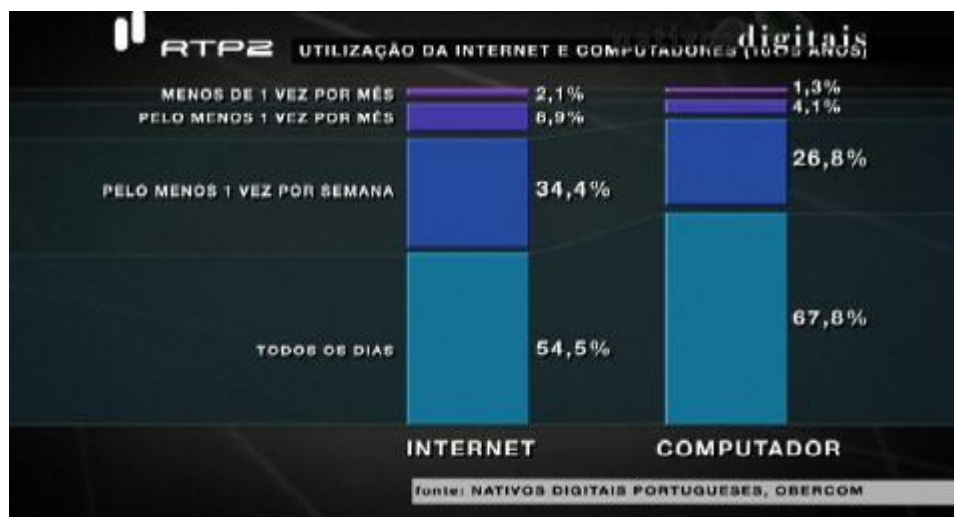


Gráfico 3 – utilização do computador e da internet dos jovens entre os 10 e os 15 anos e das pessoas entre os 16 e os 74 anos.

O relatório da OberCom revela também que estes nativos digitais utilizam o computador e a internet com muita frequência e em locais variados; é revelado que mais de metade destes jovens (54,5%) acedem todos os dias à internet mas 67,8% desses jovens utilizam o computador.



**Gráfico 4 – Frequência da utilização do computador e da internet dos jovens entre os 10 e os 15 anos**

Tal como foi referido anteriormente, essa utilização também é feita em diversos locais, mas maioritariamente na escola ou em casa, mas é evidenciado que existem algumas divergências quanto a locais com uma densidade populacional mais baixa comparada com cidades com uma densidade populacional mais alta. Nas zonas menos povoadas, as bibliotecas e instituições públicas são pontos privilegiados para os jovens aceder à internet em alternativa à escola e até mesmo ao espaço habitacional mas este último espaço é o lugar preferencial para aceder a estes serviços, tal como revelou o estudo e o testemunho de Maria João Taborda, investigadora da OberCom.

Estes meios electrónicos e tecnológicos assumiram um grande protagonismo nas salas de aula e nos espaços de conhecimento, isto quer dizer que os nativos digitais habituaram-se a ter a presença das tecnologias no processo de ensino-aprendizagem, o que, muitas vezes, gera interrogações por parte de quem ensina, nomeadamente dos professores e dos educadores.



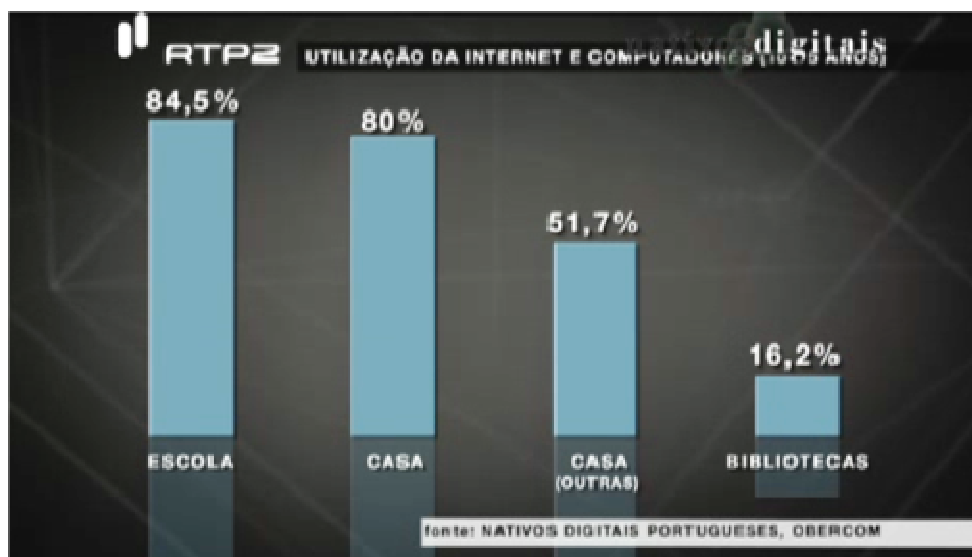


Gráfico 5 – Locais onde os jovens utilizam o computador e a internet.

Segundo este estudo, 92,4% da população jovem entre os 10 e os 15 anos utiliza o computador, dentro ou fora de casa, para fazer trabalhos escolares, 80,1% dos jovens utilizam para jogar e para actividades de entretenimento, 74% utiliza para ouvir música e ver filmes e 49,6% dos jovens experimentam software educativo (gráfico 6).

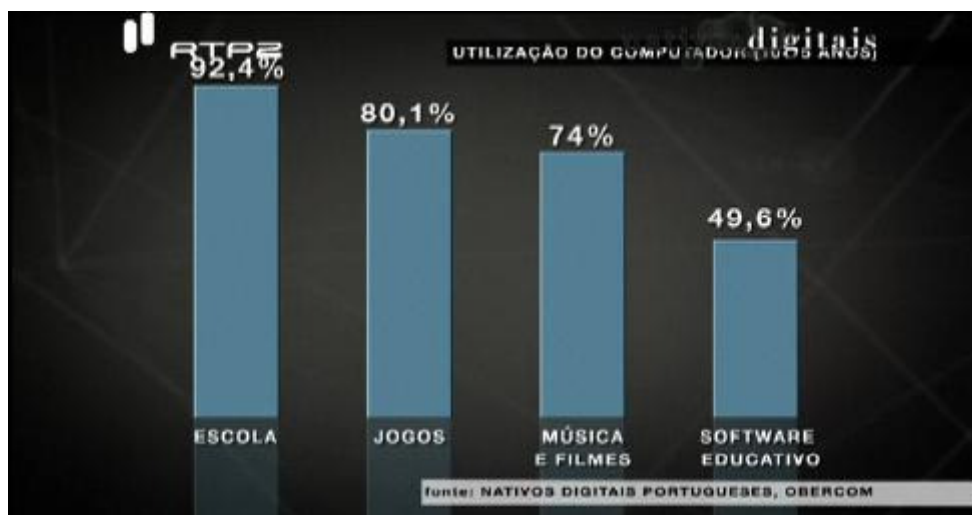


Gráfico 6 – propósitos e objetivos da utilização do computador e da internet dos jovens

Mas muitos especialistas receiam que estes meios tecnológicos se revelem uma distração para os mais novos e que sejam um fator prejudicial ao desenvolvimento da criança, quando são usados em excesso.

O estudo quis, ainda, evidenciar os hábitos na internet dos utilizadores mais jovens e dos utilizadores mais velhos. Este estudo revelou que os utilizadores jovens entre os 10 e 15 anos utilizam a internet para pesquisas, chats e downloads, enquanto que os utilizadores entre os 16 e os 74 anos utilizam a internet para o correio electrónico (email), ler os jornais e revistas on-line e ler blogues.

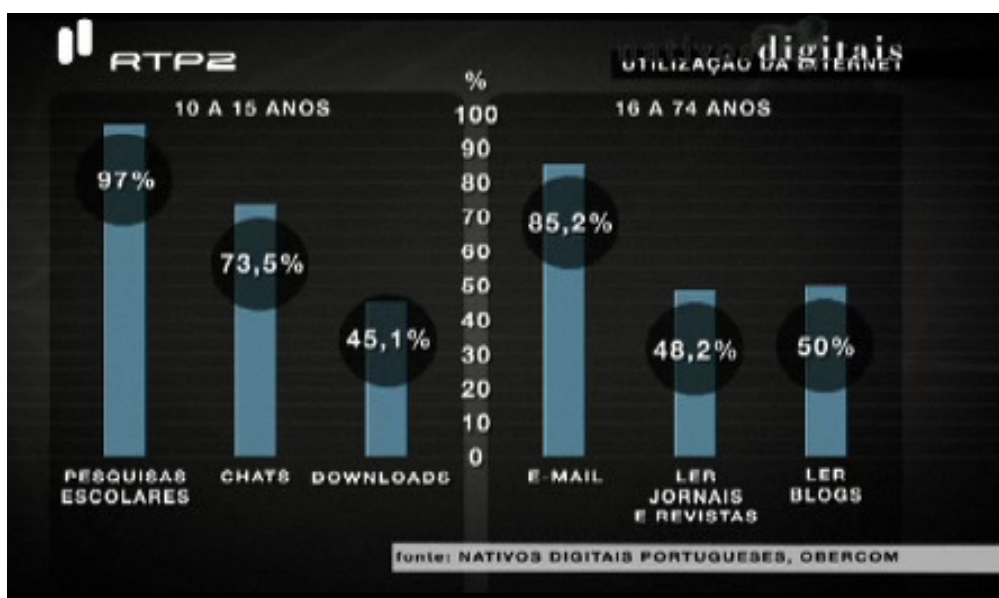


Gráfico 7 – hábitos da utilização da internet da população jovem e da população adulta

Nota-se, aqui, que os hábitos destes utilizadores na internet, no ano de 2008, são muito diferentes. As diferenças verificadas entre estes dois grupos são no tipo de conteúdos que exploram, o que acentua a distinção entre os conceitos de nativos digitais e imigrantes digitais. Os imigrantes digitais são aquelas pessoas mais velhas que foram criando uma relação com as tecnologias ao longo do tempo. Enquanto que os nativos digitais são os indivíduos mais jovens que tiveram desde sempre oportunidade e interesse pelas novas tecnologias, aqueles que cresceram na era da digitalização. Por conseguinte, os seus interesses quanto a conteúdos são diferentes.

Estes nativos digitais são, designadamente, os jovens que nasceram a partir dos anos 90, pois todo o processo de socialização que viveram foi feito em contacto com as novas tecnologias e a internet, particularmente. Enquanto que os imigrantes digitais são os que foram ao longo do tempo se adaptando ao mundo tecnológico.

Então o programa lança a questão: “O que esta geração de Nativos Digitais pode trazer de novo à sociedade?”

Neste momento é difícil de prever, o que eles podem fazer pela sociedade no futuro mas podemos continuar a acreditar que estes agentes podem vir a mudar toda a essência do ensino e convivência tradicional da sociedade. Mas outra preocupação lançada sobre esta geração é sobre os jovens que ainda não tiveram oportunidade de aceder a estas novas tecnologias, pois uns têm acesso a todo o tipo de tecnologia mas não nos podemos esquecer que 5% dos jovens nunca utilizou ou acedeu à internet e 1,5% nunca utilizou o computador.

## **Programa 23: “Literacia para os Media: saber consumir e produzir”**

Este episódio do programa foi dedicado a um dos temas que atualmente tem sido muito debatido pelas entidades governamentais e públicas.

Muitos investigadores da área acreditam que uma sociedade informada é uma sociedade preparada para a vida social e para um exercício de cidadania. Mas o facto de estar informado não basta, porque muitos autores afirmam que o cidadão deve saber interpretar criticamente os conteúdos que lê, vê e ouve para exercer uma participação consciente na sociedade. Outro dos aspetos evidenciados é a produção dos media, pois, hoje em dia, os cidadãos também têm um papel preponderante quanto à escolha dos conteúdos que são expostos nos media, pois devido a uma possível interpretação consciente dos conteúdos pelos indivíduos, faz com que os media tenham mais atenção e façam uma seleção mais exigente daquilo que transmitem. Alguns investigadores acreditam que a utilização e construção dos media pelos cidadãos também é uma forma de aprender a lidar com eles. Ou seja, o indivíduo ao construir as suas mensagens a partir e através dos media, ajudar-lhe-á a compreender a linguagem que é utilizada nos conteúdos mediáticos mas também poderá servir-se desses media, no sentido em que poderá ser mais exigente com a realidade que lhes é apresentada.

Mas o verdadeiro desafio é saber a quem cabe a responsabilidade de educar para os media. E muitos investigadores respondem que a responsabilidade é de todos, desde a escola aos pais, das entidades governamentais aos próprios media, assim como a todos os participantes da sociedade, os cidadãos.

Hoje em dia, fala-se mais desta responsabilidade acrescida dos media, pois vivemos rodeados pelos media 24 horas por dia, 365 dias por ano. Estes meios de comunicação fornecem-nos a maior parte da informação do dia-a-dia. Por isso, estes meios tornaram-se num grande transmissor de conhecimento e até de influência sobre os comportamentos sociais, culturais, políticos, económicos dos indivíduos.

O indivíduo deve estar preparado para receber os conteúdos dos media, e poder analisar e interpretar criticamente as suas mensagens para poder participar mais ativamente na vida social e contribuir para um exercício de cidadania responsável. Pois tal como o Professor José Ignacio Aguaded Gomez afirma em entrevista para o episódio, o que se pretende com a educação para os media é transformar a sociedade, onde a cidadania seja mais inteligente, mais participativa.

Mas para que um indivíduo possa possuir esse carácter que lhe permita ‘julgar’ os conteúdos media, alguém lhes deve inculcar essas capacidades. E essa formação, segundo os investigadores, deve ser proferida pelos pais, pelos educadores e professores e até pelos próprios media. Essa formação pode passar pela análise e interpretação dos sistemas mediáticos e o desenvolvimento de um sentido crítico nos indivíduos para que estes façam um uso mais consciente desses conteúdos mediáticos.

Esta educação para os media, também, permitirá que as pessoas não sejam enganadas por estes media, e principalmente nos ambientes digitais que muitas vezes induzem as pessoas em erro. E para prevenir esses riscos, as pessoas têm de se precaver e se informar, tal como testemunha o Professor Manuel Pinto.

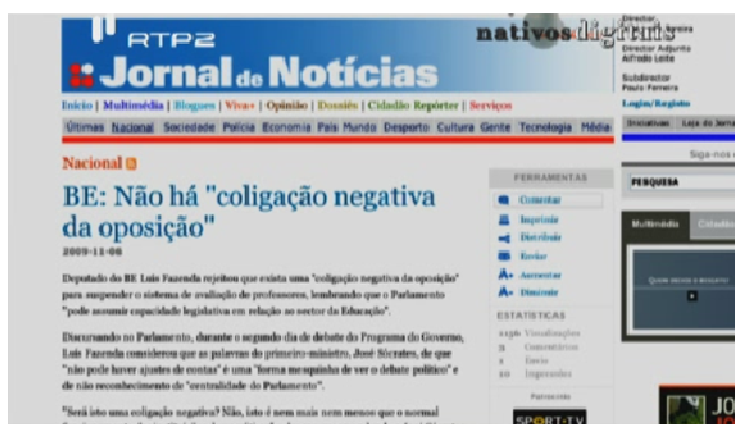
Os exemplos que o programa facultava ao telespectador para tentar perceber melhor este assunto é o tipo de notícias que podemos ver todos os dias nos jornais. Pois por exemplo, diferentes jornais impressos, publicam uma notícia do mesmo tema mas fazem-no de forma e com uma abordagem diferente. Ou então um exemplo mais digital, o exemplo de fazer uma pesquisa no motor de busca Google; porque quando escrevemos uma palavra ou uma expressão podemos obter milhões de respostas ou opções de pesquisa.



**Ilustração 22 e 23 – exemplos dados pela produção do programa “Nativos Digitais” quanto à necessidade de compreender os produtos mediáticos**

É importante ressaltar aqui que as pessoas tem de ser capazes de identificar as diferenças entre aquilo que possam ver, ler ou ouvir nos media, mas sobretudo que os media não detêm de verdades absolutas (Teresa Fonseca – Revista NOESIS do Ministério da Educação).

O Professor Manuel Pinto em entrevista para o episódio do programa ainda refere que é importante que o comunicador se coloque no lugar do recetor e utilizador da informação e explique alguns conceitos que muitas vezes esses utilizadores possam não perceber. O investigador dá o exemplo da expressão “coligação negativa”, que apareceu em várias notícias e constatou que essa informação estava incompleta e perguntou-se se todos os portugueses iriam perceber o que aquilo queria dizer, o que sem essa explicação alguns recetores dificilmente iriam perceber um ponto importante do desfecho da crise política que Portugal vivia.

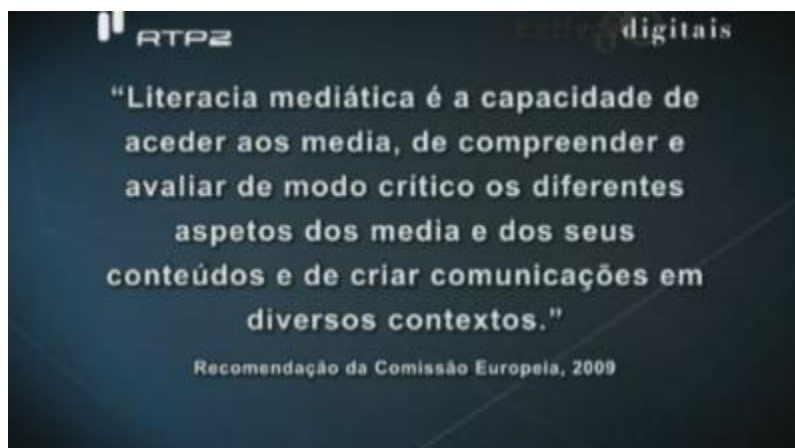


**Ilustração 24 – “coligação negativa”, exemplo dado pelo Professor Manuel Pinto em testemunho para o episódio 23 do programa**

Teresa Fonseca ainda dá o exemplo da novela “Pantanal” e de um documentário sobre o Pantanal. Com este exemplo, ela quer reforçar a diferença que há entre dois elementos audiovisuais, pois a novela passou uma mensagem muito significativa e bonita mas não mostrava os aspectos negativos que assombravam aquela região, aspecto que é mostrado no documentário, como por exemplo, a extinção das espécies. Teresa Fonseca quis demonstrar com este exemplo que se um professor quisesse utilizar este exemplo poderia fazê-lo com a intenção de educar para os media. Isto porque utiliza vários recursos mediáticos que abordam o mesmo tema mas de formas totalmente diferentes.

O Professor Manuel Pinto apesar de dar um exemplo idêntico ao anterior, este investigador fala da importância de quando se utiliza um documentário é importante também falar dos aspectos mais técnicos da realização de um documentário. Pois para construir uma história, uma boa

narrativa, é preciso muitas pessoas, muito material e muito tempo e muitas vezes para construir apenas uma pequena parte da história. E são estes aspectos que muitas vezes não são interrogados e tidos em conta quando uma pessoa vê um documentário.



**Ilustração 25 – imagem do episódio 23 do programa: definição de literacia mediática segundo a recomendação da Comissão Europeia.**

Mas o desafio instala-se quando é necessário responder à pergunta “Quem deve educar?” ao que os especialistas e investigadores respondem “Todos”. Ou seja, esta responsabilidade não deve caber só aos pais ou à escola ou das instituições governamentais mas também os próprios media podem trabalhar nesse sentido. Teresa Fonseca do Ministério da Educação afirma que a escola também deve criar instrumentos e desenvolver competências nos alunos. E que por exemplo os professores devem utilizar um mau produto mediático porque numa determinada situação pode ser um óptimo recurso pedagógico. Mas o Professor José Ignacio Aguaded completa que, hoje, não cabe apenas à escola educar mas também os próprios media devem ter uma participação ativa na educação dos cidadãos, ao qual os pais e os professores devem também participar e se preocupar com este facto. Assume que a escola não pode adotar métodos iguais aos de há 30 ou 40 anos, pois nessa altura não havia tantos serviços mediáticos. Além desta responsabilidade que a escola deve ter sobre a educação para os media, a Professora Sara Pereira diz em entrevista ao “Nativos Digitais” que de facto não é necessário criar uma nova disciplina com conteúdos novos sobre esta temática, mas realmente a formação tanto para alunos como para professores é essencial.

E é aqui que surge outro problema, sugerido também no episódio, “será que os professores estão preparados para esta nova vertente educativa, sendo que grande parte deles, dos que

estão nas salas de aulas, nunca foram educados para os media?”. E quando veem a possibilidade de os sistemas mediáticos ou as novas tecnologias de informação e comunicação entrarem pela sala de aula é aqui que se gera o conflito. Eles sentem que estes sistemas são uma fonte de distração para os alunos, porque estes meios de comunicação ainda são, muitas vezes, vistos como um meio de entretenimento e lazer para os alunos.

A professora Sara Pereira afirma ainda que se deve investir na formação dos professores ao nível do ensino superior, se não for no 1º ciclo (licenciatura) terá de ser ao nível do 2º ciclo (Mestrado).

Em Portugal, ainda há trabalho a fazer na área da educação para os media, mas já existem alguns projetos, muitos deles associados a órgãos de comunicação social.

A produção de conteúdos media pelos indivíduos também pode ser uma alternativa, para que estes aprendam a lidar e a utilizar melhor os media. Ao fazer esta produção, não só aprendem a criar um produto mediático, mas também veem o que está por detrás - a construção da mensagem, do conteúdo. Muitos investigadores acreditam que ao viver a experiência dos bastidores dos media, o indivíduo poderá perceber melhor como funciona o mundo mediático e a partir daí fazer uma avaliação mais inteligente dos conteúdos que lhe são transmitidos, e posteriormente criar comunicações mais eficazes em sociedade.

O Congresso “Literacia, Media e Cidadania” da Universidade do Minho instalou-se como um ponto de partida para a discussão sobre esta temática que tanto tem para explorar.



**Ilustração 26 – imagens do Congresso “Literacia, Media e Cidadania” da Universidade do Minho**



Em jeito de conclusão para esta análise surge a seguinte questão: será que o programa “Nativos Digitais” pode ser considerado como um programa que funciona como uma iniciativa para a Educação para os Media?

Eu penso que sim. Alguns autores acreditam que esta responsabilidade da educação para os media também passa pelos próprios media, e essa responsabilidade está incutida neste programa. Além deste programa obedecer à 7ª cláusula nº2 alínea g) do Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão de 2008, no sentido de "participar em actividades de educação para os meios de comunicação social, garantindo, nomeadamente, a transmissão de programas orientados para esse objetivo", todos os media devem ter essa responsabilidade de educar os cidadãos para uma leitura consciente e crítica dos meios de comunicação.

O objetivo deste programa é mostrar os bastidores de alguns meios de comunicação e mostra, também, alguns meios tecnológicos que dominam a sociedade actual. E este facto é uma mais valia para os telespectadores que não estão inteirados deste mundo, pois dá a oportunidade aos indivíduos de verem como os media funcionam.

A responsabilidade dos media em relação aos cidadãos é essencial, pois estes meios de comunicação estão integrados na sociedade e já fazem parte do dia-a-dia dos cidadãos. Por isso, esta responsabilidade deve ser redobrada sobre a educação dos indivíduos para os media.

O facto é que os media alteram as formas de circulação da informação e do saber, condicionando o processo social dos indivíduos, seus costumes e práticas. (Yuste, 2007)

Os media são um instrumento de transmissão de valores culturais, sociais, políticos e económicos, importante para a construção de uma sociedade. E o processo de comunicação inerente aos meios de comunicação ajuda a que estes valores sejam transmitidos entre os cidadãos e que haja uma participação mais activa, dos cidadãos, na vida social.

Devido ao poder que exercem sobre os cidadãos, os media tem de encontrar formas de incutir e respeitar os valores presentes na sociedade.

Por isso, considero que o programa “Nativos Digitais” é uma boa iniciativa para educar os indivíduos para os media, pois cumpre com a sua responsabilidade cívica para com os cidadãos, contribui para desenvolvimento do pensamento crítico dos indivíduos para que estes estejam atentos ao serviço de comunicação, mensagens e conteúdos a que eles estão sujeitos. Este poder de reflexão sobre os produtos mediáticos pode permitir que os indivíduos compreendam estes meios integrantes das nossas vidas e possam participar mais ativamente na sociedade.

## Conclusão

Este trabalho baseou-se em tentar decifrar a importância dos media, e nomeadamente do programa “Nativos Digitais”, na sociedade contemporânea.

O facto é que os media tornaram-se canais de onde é possível obter inúmeras informações e permitem ao indivíduo aumentar o seu leque de conhecimentos

Os media também são uma representação da realidade, pois é através deles que revivemos as histórias do nosso quotidiano assim como possibilita a transmissão de valores e estilos de vida.

Mas com a vulgarização dos media e o elevado consumo que se verificou nas últimas décadas, alguns especialistas sentiram a necessidade de alertar para os riscos que podem advir destes media.

Devido a este facto, alguns investigadores acharam essencial que os indivíduos deviam ser preparados para os possíveis malefícios dos media.

A educação para os media é uma dessas áreas de estudo que se debruça sobre como consciencializar os indivíduos para uma utilização segura e inteligente dos media. Mas também pretende com que os indivíduos possam aprender a observar, analisar e interpretar os conteúdos transmitidos e utilizá-los como um meio de informação e comunicação no seio da comunidade, ou seja, para que os indivíduos participem na vida social.

Mas a quem pertence esta responsabilidade de educar para os media? E a resposta que encontrei durante este trabalho foi que, de facto, deve pertencer a todos. A educação para os media deve ser um objectivo integrado na educação de todos os cidadãos e para isso é essencial que alguns agentes da sociedade moderna actuem neste campo, nomeadamente, a escola, a família, as associações, instituições e organizações públicas e até os próprios media.

Além de durante este trabalho referir algumas das instituições públicas e o seu respectivo papel na educação para os media, a minha análise prática do trabalho é sobre o programa “Nativos Digitais”, e que se debruça sobre o papel dos episódios do programa na sociedade.

Esta análise foca-se sobre o facto de os próprios media terem uma responsabilidade acrescida na educação mediática dos indivíduos, pois é a partir do próprio meio de comunicação que os indivíduos podem aprender algo sobre eles.

Os temas salientados na análise dizem respeito a como os media se integram e entram na vida dos indivíduos, fazendo com que estes ajam e pensem, segundo aquilo que os media transmitem.

No tema “as Crianças e a Televisão” é evidenciado que as crianças são o público que passam mais tempo em frente à televisão. Mas, segundo os investigadores intervenientes neste episódio, esta geração, muitas vezes, fica lesada quanto ao tipo de programação, porque os programas dedicados à infância passam, na maior parte das vezes, em horários coincidentes com o horário escolar. Isto faz com que as crianças, nas horas em que podem ver televisão vejam outros programas, o que pode prejudicar o seu desenvolvimento quando esse visionamento é feito sem supervisão.

A exploração deste tema pode servir de alerta e para que os pais estejam mais atentos na educação mediática dos filhos, ou seja, sobre o que eles vêem e o que devem ver e ajudar a elucidar as crianças sobre uma eventual mensagem nociva.

Outro dos temas explorados no programa foi a publicidade. O consumo de publicidade também é uma actividade implícita aos media, pois é através dos media que uma empresa publicita um produto, com a finalidade de o comercializar e de ser consumido pelo indivíduo. Hoje em dia, a maior parte da percentagem da publicidade difundida é através da televisão, pois este meio de comunicação é um dos que contém o maior número de espectador e por isso as empresas de produtos difundem os seus produtos na televisão. Mas a publicidade pode ser também uma forte influência sobre os indivíduos, pois o poder de persuasão que o texto publicitário detém é um forte indicador de influência. E para consciencializar os indivíduos para essa possível influência, a Associação Portuguesa dos Anunciantes (APAN) introduziu a iniciativa “Media Smart” em Portugal, com o objectivo de integrar o projecto nas escolas.

Segundo alguns investigadores, a publicidade tal como os media devem fazer parte da educação das crianças nas escolas; pois devido ao grande poder mediático e influência a que os indivíduos são alvos, os media devem fazer parte da educação escolar e cívica dos cidadãos.

Outra das iniciativas mediáticas destacadas no programa é os projectos “Público na Escola” e os “MediaLab” do Grupo Controlinveste (DN e JN); O programa salienta a importância de apoiar a realização de jornais escolares como um incentivo para o desenvolvimento da educação para os media, pois os alunos poderão aprender como se redige um jornal (“Público na escola”) enquanto que o projecto do MediaLab proporciona aos alunos a oportunidade de aprender como funciona o interior de uma redacção de um meio de comunicação impresso, sendo que os próprios estudantes simulam a realização de uma página de um jornal.

Estas iniciativas tornam-se importantes, pois dão oportunidade de conhecer o mundo dos meios de comunicação mas principalmente de se expressarem através deles.

O tema “nativos digitais portugueses” frisa a frequente utilização das tecnologias pela geração jovem. Esta geração tecnológica é conhecida pelo facto de possuir capacidades e aptidões mais desenvolvidas que os cidadãos mais velhos, os designados imigrantes digitais (Marc Prensky, 2001).

Neste episódio é evidenciado um estudo feito pelo Observatório da Comunicação (OberCom) onde se pode verificar e concluir que as gerações mais jovens utilizam mais frequentemente o computador que as gerações mais velhas. A utilização do computador pelas gerações mais jovens é sobretudo para navegar na internet ou para fazer trabalhos académicos enquanto que os imigrantes digitais utilizam a internet para ver o endereço de correio electrónico ou para ver blogues.

Estes nativos digitais são considerados como indivíduos que detêm capacidades cognitivas diferentes dos restantes, pois aprendem as coisas de forma diferente e mais astuta. O seu mundo é tecnológico e eles aprendem a lidar com elas com se elas fizessem parte deles próprios, pois o seu dia-a-dia sem essas tecnologias seria completamente infundado.

Mas então será que estes “nativos digitais” necessitam de uma educação para os media? A resposta é sim. Pois a educação para os media ajuda os indivíduos a estruturar o seu pensamento e o seu “julgamento” em relação aos sistemas mediáticos. Estes indivíduos apesar de possuir capacidades cognitivas diferentes dos outros indivíduos precisam desta formação, porque segundo o Professor Manuel Pinto, só o manuseio da tecnologia não chega, pois é preciso inculcar um sentido mais consciente e crítico.

O último tema destacado é a “Literacia para os media: saber consumir e produzir”, pois além da educação para os media potenciar um sentido crítico aos indivíduos, é importante que os indivíduos saibam utilizar os media, de forma correcta e segura. Alguns investigadores acreditam que um bom uso dos media pode levar a que os indivíduos utilizem as mensagens e informações transmitidas pelos media a favor da sua participação social mas também para que os indivíduos desenvolvam capacidades para que possam ser produtores dos media .

Neste trabalho ainda se pode salientar dois tipos de educação para os media. A educação para os media e a educação com os media, que se conjugam num só processo de educação. A educação com os media incide sobre utilizar os meios de comunicação como instrumento para a educação; os meios de comunicação e as novas tecnologias podiam ser utilizados nas salas de aula mas para isso teria de haver um consenso, pois a escola ainda vê os media como um meio de entretenimento e de tempos livres. Mas um dos meios que já é utilizado dentro desta filosofia

é a produção de jornais escolares. Apesar de não fazer parte do método de ensino dentro das salas de aulas, a produção de jornais escolares surgem como uma actividade extracurricular, e por isso também é uma forma de os alunos se educarem para os media.

A educação para os media tem como objetivo incutir competências aos alunos para que compreendam e utilizem os meios de forma eficaz e segura assim como “para falar, para escrever e para estar em público”.

Então podemos dizer que estes dois tipos de educação são diferentes mas que um não invalida o outro, pois eles trabalham em conjunto. Isto faz com os indivíduos não só sejam capazes de ler e interpretar aquilo que veem, leem ou ouvem através dos media, mas também para que o individuo seja criador e produtor de mensagens mediáticas.

Estes temas demonstram como os media e a educação para os media são elementos que devem ser incluídos na educação cívica dos cidadãos, ao qual o programa “Nativos Digitais” pretende incutir uma mensagem importante no sentido de consciencializar o público para a utilização consciente dos media.

Portanto pode-se dizer que o programa “Nativos Digitais” torna-se num elemento importante na sociedade contemporânea, pois dá oportunidade às pessoas de conhecerem não só o interior de uma redacção de um meio de comunicação social e mostrar como eles pensam, como agem e como a informação sai para o mundo, mas também como é que as pessoas devem utilizar estes meios e que benefícios e vantagens advêm desses meios, nomeadamente o conhecimento, a informação e uma nova forma de comunicar e fazer comunicação.

Estes meios vão permitir que o individuo fique mais informado e que possa utilizar essa informação para a sua vida social e, conseqüentemente, para uma participação mais activa na sociedade.

O programa “Nativos Digitais” também poderá funcionar como uma chamada de atenção para os agentes intervenientes na educação dos mais jovens, nomeadamente os educadores do espaço escolar mas sobretudo os pais, pois poderão utilizar um programa de televisão para elucidar os filhos para uma consciência mediática.

E ainda o mais importante é que o “Nativos Digitais” cumpre com a sua responsabilidade social como produto media, educando os espectadores para pensar sobre os media, o que o torna um factor de desenvolvimento da consciência mediática dos indivíduos e da literacia mediática em Portugal.

## Referências Bibliográficas

Fecé, José Luis(2007): 'Leitura crítica dos media audiovisuais' in Tornero, José Manuel Pérez (2007): *Comunicação e Educação na Sociedade da Informação, novas linguagens e consciência crítica*, Porto: Porto Editora, pp. 107-112

Gómez, José Ignacio Aguaded (2007): 'A educação para a televisão: propostas para a utilização didáctica do media televisivo na escola' in Tornero, José Manuel Pérez (2007): *Comunicação e Educação na Sociedade da Informação, novas linguagens e consciência crítica*, Porto: Porto Editora, pp. 175-185

Gonnet, Jacques (2007) *Educação para os Media, as controvérsias fecundas*, Porto: Porto Editora

Masterman, Len (1985) *Teaching the Media*, London: Routledge

Pinto, Manuel (1988): *Educar para a comunicação/ Comissão de Reforma do Sistema Educativo*, Lisboa: Gabinete de Estudos e Planeamento do Ministério da Educação

Pinto, Manuel (2000) *A Televisão no quotidiano das crianças*, Porto: Edições Afrontamento

Pinto, Manuel, Pereira, Sara, Pereira, Luís & Ferreira, Tiago Dias (2011) *Educação para os Media em Portugal: experiências, actores e contextos*, Lisboa: ERC

Tornero, José Manuel Pérez (2007) 'As escolas e o ensino na sociedade da informação' in Tornero, José Manuel Pérez (2007): *Comunicação e Educação na Sociedade da Informação, novas linguagens e consciência crítica*, Porto: Porto Editora, pp.29-45

Vilar, Norminanda Montoya (2004) *La Comunicación audiovisual en la Educación*, S/L:Ediciones del Laberinto

Yuste, J. Luis González (2007): ' Variáveis da educação para a comunicação' in Tornero, José Manuel Pérez (2007): *Comunicação e Educação na Sociedade da Informação, novas linguagens e consciência crítica*, Porto: Porto Editora, pp. 141-173

