



25 + UM AGENDA

DE ACTIVIDADES DE EDUCAÇÃO PARA OS MEDIA

SARA PEREIRA, LUÍS PEREIRA, VÍTOR TOMÉ (ORG.)

CECS - UNIVERSIDADE DO MINHO

GMCS - GABINETE PARA OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

25 + UM AGENDA

DE ACTIVIDADES DE EDUCAÇÃO PARA OS MEDIA

SARA PEREIRA, LUÍS PEREIRA, VÍTOR TOMÉ (ORG.)



Universidade de Minho

gmcs

GABINETE PARA OS MEIOS
DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Pensar e agir digital

I

“Pensar e agir digital”. Frase tão curta quanto plena de conteúdo. Na verdade, contribuir para a formação dos alunos no uso crítico e esclarecido dos Media, seja dos tradicionais, seja dos que resultam das mais recentes tecnologias, é um imperativo de cidadania a que o GMCS - Gabinete para os Meios de Comunicação Social não poderia ficar indiferente.

Tendo nas suas atribuições o acompanhamento activo das políticas públicas do sector mediático, é “quase natural” para o GMCS incluir nas suas prioridades um forte empenho no incremento da literacia directamente associada ao seu sector de referência – literacia para os media -, contribuindo e dinamizando o desenvolvimento de iniciativas que visem a aquisição crescente, por parte dos cidadãos, neste caso em idade escolar, de competências que lhes permitam ir adoptando, de forma cada vez mais sólida, três comportamentos fundamentais face aos media: a) desconstruir as mensagens subjacentes à informação que lhes chega, que, como sabemos, nem sempre são transparentes ou inocentes; b) proceder à filtragem do que realmente lhes interessa e contribui para a evolução do seu saber, assumindo uma atitude activa e não passiva perante a quantidade avassaladora de mensagens que lhes surge; e c) criar conteúdos próprios nos diversos contextos que a tecnologia disponibiliza.

Na realidade, a possibilidade de cumprir os propósitos enunciados nas três alíneas acima identificadas, o que significa possuir literacia mediática, torna os cidadãos mais “hábeis” na percepção das suas envolventes e, por isso, menos manipuláveis e indefesos, permitindo-lhes, em simultâneo, adquirir conhecimento, sem que tal se confunda com acesso fácil a informação indiferenciada. Paralelamente, dá-lhes condições para um exercício pleno da cidadania, que, para além de consciente e crítico, deve ser também participado, interveniente e inclusivo na vida comunitária.

Acresce que níveis elevados de literacia para os media proporcionam às sociedades um pré-requisito para que valores humanistas fundamentais como, por exemplo, liberdade de expressão de opiniões e de circulação de ideias, transparência, pluralismo, diálogo, aceitação da diversidade, sejam francamente reforçados.

Por todas as razões acima explicitadas, o GMCS tem o dever, e também um enorme gosto, em apoiar a edição de “25+UM Agenda de actividades de Educação para os Media”, publicação coordenada pela Universidade do Minho destinada a fornecer aos diferentes actores dos vários contextos - nas escolas, nas bibliotecas, nas associações cívicas, nos espaços de tempo livre, em casa - um conjunto de ‘ideias’ que possam pôr em prática, adaptando-as e recriando-as à medida da sua realidade.

Constitui, assim, esta publicação, na sua versão electrónica, mais um recurso de excelência a disponibilizar no Portal da Literacia Mediática, que, de forma empenhada, entendeu este Gabinete, em boa hora, dinamizar.

Pedro Berhan da Costa

Director do GMCS - Gabinete para os Meios de Comunicação Social

Ideias sem receitas

Receitas só para os medicamentos. E mesmo nesse caso o melhor é evitá-las. No caso desta Agenda, não se trata de receitas para quem quer fazer Educação para os Media. Trata-se de provocações, exemplos, possibilidades, inspirações. De gente que andou e/ou anda no terreno. Que o conhece bem, desde o pré-escolar ao superior. De gente que acha importante não descartar da educação o mundo dos media e da comunicação. De gente que investigou estes assuntos, mas que entende que a acção no terreno – na sala de aula, nas actividades escolares não-lectivas, nas associações... – ganha se for apoiada em conhecimento sólido. É também assim que entendemos o papel de um centro de investigação. Daí que lhe demos todo o nosso apoio.

Manuel Pinto
Director do CECS - Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade

Apresentação

A 'ideia' de educar para os meios de comunicação não é nova nem tão pouco actual, muito embora apenas na última década tenha conquistado terreno ao nível das políticas socioculturais. As mudanças ocorridas no ambiente mediático, suscitadas sobretudo pelos meios digitais, vieram evidenciar a educação para os media como um direito dos cidadãos. A necessidade de aprender a usar os media de forma crítica e criteriosa e a importância de saber criar, produzir e publicar mensagens e conteúdos é colocada lado a lado com as necessidades básicas de alfabetização e formação de todos os cidadãos. Enfatiza-se, deste modo, o que o investigador francês Jacques Gonnet sublinhava já nos anos noventa do século passado:

“...a educação para os media (...) assume uma importância que lhe confere um estatuto próximo dos saberes de base. Da mesma forma que se aprende a ler, a escrever e a contar para ter acesso a uma vida autónoma, aprender-se-á os media no futuro próximo porque são fonte de saberes mas também de manipulações. Aprender os media é o prolongamento «natural» dos saberes de base. Mais necessário do que se possa julgar” (1997:121)¹.

É, de facto, “mais necessário do que se possa julgar” promover a educação para os media - na escola, na biblioteca, nas associações cívicas, nos espaços de tempo livre, em casa - com o objectivo de promover atitudes e comportamentos pautados por uma crescente exigência sócio-moral e estética e por um espírito crítico e interventivo face aos media e à vida social em geral.

Sendo importante a promoção de um trabalho a este nível, torna-se fundamental que os diferentes agentes disponham de recursos e de materiais que possam incentivar e apoiar a sua acção. É com este objectivo que surge esta publicação - fornecer aos diferentes actores um conjunto de 'ideias' que possam pôr em prática nos seus contextos, adaptando-as, recriando-as, dando origem a novas experiências.

Esta proposta resulta de conclusões evidenciadas quer em projectos de investigação quer em programas de formação neste domínio. Uma dessas conclusões é a necessidade de passar a Educação para os Media da teoria à prática, ou seja, a necessidade de criar instrumentos de trabalho a partir dos conhecimentos teórico-práticos adquiridos na investigação e na formação.

As actividades que se seguem resultam, portanto, da já longa experiência - mais de 20 anos - de formação e investigação da Universidade do Minho. No âmbito da formação, destaca-se o mestrado *Comunicação, Cidadania e Educação*, que se reiniciou no ano lectivo 2010-2011. Quanto à investigação, as actividades aqui propostas estão ancoradas em diversos projectos evidenciando-se os mais recentes, ainda em andamento. É o caso do “Media Education in Booklets: Learning, Knowing and Acting”, que foi premiado e apoiado pela instituição belga *Evens Foundation*, ou o projecto de investigação “Navegando com o Magalhães, estudo sobre o impacto dos media digitais nas crianças”, com financiamento da Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT).

¹ Gonnet, Jacques (1997), *Éducation et Médias*, Paris: Presses Universitaires de France.

As 15 actividades iniciais, que resultam deste *background*, são propostas de ideias para aplicar com os alunos e constituem a primeira parte desta agenda de actividades.

Esta publicação conta ainda com o contributo de professores que frequentaram acções de formação certificadas, promovidas no âmbito de outro projecto de investigação intitulado “Educação para os Media na Região de Castelo Branco” que terminou, oficialmente, em Março de 2011. As dez actividades propostas na segunda parte desta publicação dão conta de trabalhos realizados directamente com alunos no âmbito daquele projecto. Fica aqui um agradecimento a estes professores pela sua colaboração, mas também aos mais de 100 outros docentes que participaram nas acções e partilharam ideias com estes colegas.

O número que figura no título desta publicação, para além de remeter para a soma das actividades, pretende evocar os dias em que decorre o Congresso Nacional Literacia, Media e Cidadania - 25 e 26 de Março (2011), na Universidade do Minho (UM), em Braga. Esta Agenda de Actividades foi preparada especificamente para este evento, com o objectivo de a distribuir gratuitamente a todos os congressistas. Esperando que esta iniciativa signifique um (re)lançamento de uma nova dinâmica da Educação para os Media em Portugal, assinalamos este desejo materializando-o na presente publicação.

Destacamos ainda o sentido da palavra usada no título, Agenda. Se olharmos para o seu sentido no latim, ela designa *algo que se deve fazer*, que seja levado à prática. E é isso que se pretende, apostar em actividades práticas. Para além disso, acreditamos que através da acção a temática da Educação para os Media será colocada na agenda, das escolas, dos professores, dos alunos, das suas famílias...

A estrutura tem, então, duas partes muito viradas para o agir, mas no final aparece um conjunto de recursos para quem quiser aprofundar o sentido destas práticas de Educação para os Media e suas raízes. Documentos, publicações, ligações e outros recursos complementam, assim, as propostas de actividades mais práticas.

Para que esta publicação se tornasse viável, foi importante contar com o apoio do Gabinete para os Meios de Comunicação Social (GMCS), o que na nossa perspectiva é um sinal positivo da valorização desta área. Será mais um recurso a integrar os que estão já disponíveis no Portal da Literacia Mediática, promovido pelo GMCS com o apoio de mais seis entidades² que têm procurado criar uma dinâmica para promover a Educação para os Media em Portugal. Esta Agenda de Actividades estará integralmente disponível online para que mais pessoas, em diferentes contextos, tenham a possibilidade de ter acesso a este documento.

Nesta área da Educação para os Media – talvez seja comum a muitas outras - caminhar sozinho não é a forma mais eficaz para a prossecução dos seus objectivos. Os melhores projectos são aqueles que nascem das afinidades e das vontades que se conjugam num mesmo sentido, o de contribuir para o desenvolvimento da área. Graças a estas parcerias, entre Braga e Castelo Branco, entre a proposta de publicação e o apoio do GMCS, foi possível concretizar este projecto, que sendo uma gota apenas, poderá ganhar a força refrescante do orvalho num novo despertar da Educação para os Media.

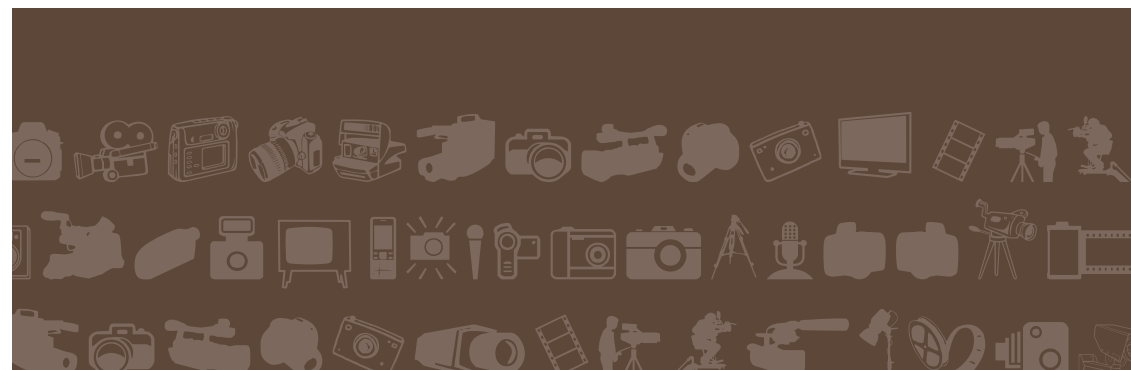
Será essencial que quem está no terreno agarre as ideias, adaptando-as aos seus contextos. Só assim ganharão vida as propostas trazidas por esta publicação. Este é o grande desafio que colocamos aos educadores, acompanhado de um outro: façam-nos chegar as reacções, os avanços e eventualmente as frustrações; e até ideias para novas actividades. Quem sabe, não possa haver uma nova publicação na continuação desta, em breve.

Para possíveis contactos, pode utilizar o endereço seguinte: cecs@ics.uminho.pt.

² A saber: Comissão Nacional da Unesco; Conselho Nacional de Educação; Entidade Reguladora para a Comunicação Social; Ministério da Educação; UMIC - Agência para a Sociedade do Conhecimento; Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho.



- 08 A mesma situação, pontos de vista diferentes
- 09 Na redacção de um jornal
- 10 O que se passa no mundo?
- 11 Videojogos – como ganhar vida(s)
- 12 Análise de programas de ficção – telenovela ou série
- 13 Questões para análise de concursos televisivos
- 14 Leilão de sites
- 15 Os jornais não são banais
- 16 O humor e os media
- 17 Um dia ‘off’
- 18 O Magalhães nas páginas dos jornais
- 19 Se eu fosse o criador de um videjogo
- 20 Senhor Provedor, por favor...
- 21 Ver com olhos de ouvir
- 22 Pesquisar, seleccionar, avaliar



A mesma situação, pontos de vista diferentes

Contar uma história à criança ou propor que seja uma criança a contá-la:

Interpretá-la com as crianças e colocar-lhes algumas questões. Imagine-se que é contada a história do Capuchinho Vermelho - como é que o Capuchinho se sentiu quando viu o lobo? Como é que a avozinha, que vivia sozinha na floresta, se sentiu quando se apercebeu que era um lobo e não a sua netinha?

Incentivar as crianças a recontar a história de pontos de vista diferentes: da mãe do Capuchinho Vermelho, do lobo, da avozinha, do caçador...

Solicitar às crianças que registem graficamente as suas histórias - no papel ou no computador.

Propor a um grupo que dramatize uma cena da história que criou:

Discutir com os outros grupos o que acabaram de ver. Registrar as possíveis versões diferentes e reflectir acerca das mesmas com as crianças: quem está certo? Há uma única resposta certa? O que é que o grupo que dramatizou a história pensa do que as outras crianças estão a dizer? Por que é que algumas crianças se lembraram de umas coisas e outras crianças de outras? Como se pode ter a certeza do que realmente aconteceu?

Fazer o paralelismo entre as conclusões do trabalho e o que se passa na imprensa e/ou na televisão, sobretudo no que diz respeito às notícias da actualidade. Mostrar que as notícias dão-nos sempre uma perspectiva acerca da realidade, daí a importância de lermos e de confrontarmos várias fontes de informação.

OBJECTIVOS

Compreender que a mesma situação ou acontecimento pode ter significados diferentes para as pessoas;
Aperceber-se que a experiência e o envolvimento podem influenciar a resposta a uma situação.

RECURSOS

Livros de histórias, papel, computador, material de desenho e adereços para a história

MEDIA

Televisão e Imprensa

PÚBLICO-ALVO

Jardim-de-infância; 1º ano do 1º Ciclo

Na redacção de um jornal

Esta actividade pretende simular a redacção de um jornal diário de informação geral, mais especificamente, uma reunião de última hora para decidir sobre um assunto que não é consensual.

Para iniciar, os alunos assumem, individualmente ou em grupo, diferentes papéis de profissionais ligados à produção de um jornal, por exemplo, director, editores de secção, jornalistas, repórteres fotográficos. Para este caso, vamos convocar também o director de marketing e publicidade e o provedor do leitor.

Depois de atribuídos os papéis e de cada um saber exactamente a posição que vai tomar, dá-se início à reunião.

O 'director' comunica aos presentes que esta reunião de última hora deve-se ao facto de não haver concordância quanto à publicação de fotografias de uma situação de *bullying* ocorrida numa escola entre duas raparigas. As fotografias são chocantes e mostram claramente a rapariga agredida e a rapariga agressora. O jornal tem de ir para impressão, é urgente fazer o fecho da edição, há que tomar uma decisão quanto à publicação, ou não, das fotos. Cada um vai apresentar os seus argumentos.

Há que decidir!

O professor orienta a actividade e promove a discussão final, levando a reflectir sobre os argumentos apresentados pelas várias partes. Será importante convocar os princípios da responsabilidade social dos media.

Para animar o debate, é importante que na atribuição dos papéis e na especificação prévias das posições a tomar sejam considerados argumentos contra, pró e outros mais moderados. Caberá ao director a decisão final.

O caso aqui sugerido é apenas um exemplo, podendo recorrer-se a outras situações ou acontecimentos, podendo-se mesmo ter por base casos da actualidade.

OBJECTIVOS

Reflectir sobre o papel da imprensa na sociedade;
Reflectir sobre o direito dos cidadãos à identidade e à privacidade;
Discutir a construção social das notícias;
Conhecer os princípios da responsabilidade social dos media.

RECURSOS

Material de escrita, jornais, Lei da Imprensa e Código Deontológico dos Jornalistas

MEDIA

Imprensa

PÚBLICO-ALVO

3º Ciclo e Secundário

O que se passa no mundo?

‘O que se passa no mundo?’ poderia ser o primeiro assunto a discutir na sala de aula, independentemente da disciplina ou do ano de escolaridade. Abrir a escola ao mundo, conversando sobre o que se passa na actualidade, estará entre os objectivos principais da educação escolar.

A discussão pode ocorrer de forma espontânea, neste caso, os alunos vão expondo o que os chamou mais a atenção, assumindo o professor o papel de facilitador da discussão. Pode optar-se também por organizar este tempo de outro modo: cada aluno pode ficar responsável por apresentar, de forma rotativa, um assunto da actualidade, explicando a sua escolha. Pode trazer um recorte de jornal, um registo áudio ou visual ou outro recurso que ilustre o assunto em debate. Este modo de organização pode contribuir para promover a participação de todos os alunos, mesmo dos que, por norma, são menos activos ou dos que possam achar que ‘não têm nada de interesse ou de interessante para dizer’. De facto, é dada oportunidade e voz a todos os alunos.

Dependendo do ano de escolaridade, pode também criar-se um espaço onde se podem afixar os assuntos debatidos, por exemplo, os materiais trazidos pelos alunos para ilustrar o tema.

De forma espontânea ou de modo mais organizado, o importante é reservar e formalizar este espaço de discussão que não ocupará mais de 10 minutos diários (podendo até ser menos).

Iniciar a aula com a pergunta ‘o que se passa no mundo?’ poderá mesmo ajudar a ligar os conteúdos programáticos aos assuntos da actualidade mas, sobretudo, vai contribuir para a formação de cidadãos mais informados.

OBJECTIVOS

Levar os assuntos da actualidade para a escola;
Debater o que se passa no mundo, do mais local ao global;
Fomentar uma atitude crítica e interveniente face à realidade envolvente e face aos media;
Contribuir para a formação de cidadãos informados e esclarecidos.

RECURSOS

Notícias dos vários meios de comunicação

MEDIA

Todos

PÚBLICO-ALVO

Desde o 1º ciclo

Videojogos – como ganhar vida(s)

Esta actividade propõe olhar para a complexidade que envolve a criação de um videojogo com impacto mundial. Para isso, através do jogo do Faz de Conta, atribuem-se várias funções que podem estar na construção de um jogo: a escrita, o design, as vozes, a banda sonora, o trabalho de programação, a tradução, classificação dos jogos, o grupo de teste, a distribuição, a promoção, um jornalista que escreve sobre o jogo, e até um grupo de pais preocupados com as mensagens que o jogo passa.

Os alunos a quem são atribuídas estas missões podem preparar-se, procurando previamente informações relacionadas com a sua missão, para depois discutirem todo o processo. Deve ser nomeado um gestor do projecto para moderar a actividade.

Numa segunda parte, para valorizar outras formas de divertimento não digitais, pode-se terminar ouvindo, e vendo o interessante videoclip, da música do grupo Deolinda “Um contra o Outro” (*Dois selos e um carimbo*):

“Anda
Desliga o cabo
Que liga a vida
A esse jogo
Joga comigo
Um jogo novo
Com duas vidas
Um contra o outro

Sai de casa e vem comigo para a rua
Vem, que essa vida que tens
Por mais vidas que tu ganhes
é a tua que mais perde se não vens”

OBJECTIVOS

Dar a conhecer a complexidade que é construir um videojogo à escala mundial;
Apreciar a actividade de jogar, conhecendo um pouco melhor o processo complexo que rodeia a criação de um jogo;
Ao mesmo tempo, relembrar que há outras formas de divertimento para além dos jogos digitais.

RECURSOS

Materiais de impressão; projecto e colunas de som

MEDIA

Videojogos

PÚBLICO-ALVO

2º e 3º Ciclos

Análise de programas de ficção :: telenovela ou série

Pode começar-se esta actividade pelos conceitos de série e de telenovela, verificando o que distingue estes dois tipos de programas de ficção (de uma forma elementar, a ser mais aprofundada: a série apresenta episódios autónomos, em cada episódio apresenta-se e resolve-se um problema; possui um número pré estabelecido de episódios por temporada. A telenovela também é apresentada em episódios mas estes têm continuidade entre si, o seguinte é a continuação do anterior; os episódios não são independentes.)

Propõe-se que se analise uma telenovela ou uma série que seja conhecida do grupo ou que seja mais vista pelo mesmo. É desejável o visionamento de um trecho do programa que se vai analisar, embora a sua contextualização possa ser feita pelos próprios telespectadores que estão a realizar a actividade.

Tópicos para análise sobre a produção:

- Cenários: decoração, ambientes, contextos, iluminação...
- Personagens: caracterização física e psicológica
- Efeitos especiais: truncações, saltos temporais, elipses...
- Montagem: formas de ligar as imagens

Tópicos para análise sobre a narrativa:

- Qual é o argumento principal?
- Em que espaços/contextos se desenrola a acção?
- Quais são as temáticas principais?
- A série/telenovela veicula estereótipos? Quais? Como se caracterizam?
- Como são apresentados os problemas e que soluções para os resolver?
- Debatem temas e problemas juvenis? Quais?

Tópicos para análise sobre a recepção e os usos:

- Por que nos interessa este género de programas?
- Os conflitos ou problemáticas apresentadas são os mesmos do nosso quotidiano ou do dia-a-dia de pessoas próximas de nós?
- Quais as estratégias usadas para cativar a atenção do público?
- Por que é que as telenovelas têm tanto êxito em Portugal (para este tópico, recorrer aos dados de audiência disponibilizados pela imprensa)?
- Estes programas têm impacto nas atitudes, modas dos seus telespectadores?
- Que críticas apontam a esta série/telenovela?

OBJECTIVOS

Analisar os elementos básicos da estrutura deste género de programas; Identificar estereótipos implícitos nas telenovelas ou séries; Verificar o lugar que este género ocupa na televisão - nos canais generalistas e temáticos; Reflectir sobre a presença, a importância e o papel deste tipo de programas na vida quotidiana dos alunos e das suas famílias.

RECURSOS

Trecho gravado de uma telenovela ou série; equipamento de reprodução

MEDIA

TV

PÚBLICO-ALVO

1º, 2º e 3º Ciclos

Questões para análise de concursos televisivos

Analisar um concurso de televisão, identificando as suas regras de funcionamento, os prémios que se ganham, os sentimentos que experimentam, tanto os participantes como os espectadores, méritos dos concorrentes e do seu sistema de selecção, patrocinadores do concurso, etc.

Exemplo de grelha de análise:

CONCURSO:
MODO DE SELECÇÃO:
REGRAS:
PRÉMIOS:
PAPEL DO APRESENTADOR:
CONCORRENTES:
PÚBLICO-ALVO:
PATROCINADORES:

Reflectir sobre a finalidade deste género de programa, como se financia, como consegue manter a atenção do público semana após semana, em que radica o seu êxito. Analisar eventuais dados de audiência que sejam publicados na imprensa ou no site da empresa *Marktest* (www.marktest.pt).

Situar o lugar deste género de programa nas grelhas de programação e relação do horário de emissão com o público-alvo.

Se o programa estiver presente nas redes sociais, analisar o tipo de conteúdo que é publicado e os comentários deixados pelo público. Analisar a relação entre o programa na TV (media tradicional) e a sua presença nas redes (novo media).

OBJECTIVOS

Conhecer o lugar deste género de programa nas grelhas de programação TV; Conhecer a lógica de funcionamento deste género de programa, identificando os seus objectivos centrais; Analisar a interação que estabelece com as redes sociais e a importância destas para o programa.

RECURSOS

Material de escrita, gravação de concursos de TV ou registos de visionamento em casa

MEDIA

TV, Internet (Redes Sociais)

PÚBLICO-ALVO

1º e 2º Ciclos

Leilão de sites

Começar por fazer uma selecção dos principais sites que os alunos utilizem, inserindo ainda outros que se queiram divulgar. Segue-se a recolha dos respectivos logótipos para serem impressos.

Depois disto, deve-se dispor cada um dos logótipos num local visível e distribuir aos alunos alguma representação de dinheiro que lhes permitirá adquirir cada um dos “produtos” a leilão.

De seguida, apresenta-se a actividade e as regras que o orientam, referindo que se vai seguir um leilão em que cada participante poderá adquirir um dos sites expostos.

Começa o leilão propriamente dito, que se espera que seja animado e dinâmico. Na apresentação de cada site, o responsável deverá fazer breves alusões à ferramenta, sendo uma ótima oportunidade para falar de algumas utilizações positivas e outras menos adequadas que podem ser feitas.

Durante o leilão, os alunos vão arrecadando os sites preferidos, apostando forte naqueles que mais apreciam. No final, será importante promover um momento de conversa mais serena – depois da natural agitação – para compreender o porquê das escolhas que cada um fez. Haverá alunos com muitos sites e outros que terão apostado tudo num só. Ao questionar estas opções, esta é uma excelente oportunidade de falar sobre as práticas de cada um na internet, incentivando uma utilização diversificada e crítica.

OBJECTIVOS

Conhecer os sites preferidos dos alunos;
Pôr os alunos a dialogarem sobre as suas práticas na internet, levando-se a verbalizar as suas preferências e a confrontarem-nas com as dos colegas.

RECURSOS

Impressões dos logótipos; utilização de elementos que de alguma forma simulem dinheiro

MEDIA

Internet e Redes Sociais

PÚBLICO-ALVO

3º Ciclo

Os jornais não são banais

A ideia é criar um jogo de tabuleiro sobre os jornais. É necessário, para isso, construir uma base para o jogo. Utilizando papel de cartolina como fundo, cria-se em seguida o caminho e as casas por onde vão circular as peças que representam os jogadores. Com alguma imaginação, “bricolage” tecnológica (existem recursos na internet que podem simplificar, basta fazer uma pesquisa com os termos ‘board game maker’ e será possível aceder a alguns), com tesouras e cola, consegue-se improvisar um tabuleiro de jogo.

As casas podem ter motivos alusivos aos jornais, destacando-se as de acção do jogo, de avanço e recuo, e outras, como de “tarefa surpresa”. É uma forma divertida de deixar mensagens positivas, relacionadas com os jornais, e outras de alguma coisa que tenha sido menos conseguida por um jornalista, por uma notícia, etc.

A criação das cartas é uma tarefa igualmente desafiante, já que implica a construção de um conjunto razoável de questões (pelo menos umas 30 para o jogo não se repetir rapidamente) e que tenham um nível de dificuldade adequado, sem ser demasiado simples nem muito complicadas. Eis alguns exemplos de cartas:

Carta normal: «Qual dos jornais seguintes é um semanário: Diário de Notícias, A Bola, Expresso, Público?»

Carta surpresa: «Imagina que, durante 30 segundos, és um ardina a vender o Correio da Manhã no Bairro Alto, em Lisboa. O que dirias/farias para despertar a atenção dos transeuntes?»

O jogo deverá ser precedido de algumas explicações sobre o universos dos jornais, mas o professor pode optar por esclarecer as dúvidas que as questões forem levantando.

OBJECTIVOS

Dar a conhecer o que se pode encontrar num jornal e o panorama geral dos jornais - impressos e digitais - do nosso país;
Despertar o interesse nas crianças pela leitura e consulta dos jornais.

RECURSOS

Cartolina; impressões; material de jogo de tabuleiro: clepsidra e dados

MEDIA

Jornais (e Revistas)

PÚBLICO-ALVO

2º e 3º Ciclos

O humor e os media

Começar por fazer uma selecção dos principais sites que os alunos Nos últimos anos tem aumentado nos media o espaço reservado ao humor. Expressão intrínseca ao homem, que lhe permite criticar, zombar, captar a atenção, o humor influencia também o nível de apreensão e memorização da informação. A publicidade recorre a esta estratégia para conseguir um nível mais aprofundado de lembrança.

O humor acaba ainda por ter a função de informar sobre a actualidade. Quem via o Contra-Infamação ou lê o Inimigo Público fica a conhecer o que se passa no país e no mundo, porque, para que resulte a intenção humorística, é necessário que os telespectadores/leitores conheçam minimamente o facto que está a ser glosado, e muitas vezes essa contextualização é feita.

A sugestão concreta desta actividade é explorar elementos humorísticos dos media que tenham como objecto os próprios meios de comunicação. A partir da sua leitura, escuta ou visionamento, pode-se analisar diferentes aspectos (consoante a temática).

Para além dos exemplos já referido do Inimigo Público (suplemento satírico do jornal Público), ficam outras sugestões:

- *Como fazer imprensa cor-de-rosa* (“Contemporâneos” - RTP);
- *Testemunhas de um acidente: indivíduo calmo e indivíduo fora de si* (Gato Fedorento, “Lopes da Silva” - SIC Radical);
- *Nobel da paz para Manuel Acácio* [ex-apresentador do Fórum TSF] (Ricardo Araújo Pereira
- Visão);
- *Quando o telefone toca* (“Dicionário da Rádio” – TSF).

OBJECTIVOS

Criar sobre os media uma imagem crítica, pois um dos temas humorísticos mais recorrentes são os próprios meios de comunicação. Considerando que o humor é uma desconstrução, fazer humor sobre os *media* é desmontar os próprios *media*.

RECURSOS

Jornais, programas de rádio e programas de TV (disponíveis a partir dos respectivos sites)

MEDIA

Todos

PÚBLICO-ALVO

3º Ciclo e Secundário

Um dia ‘off’

Com a abundância de tecnologia, o acesso à informação e as relações que se estabelecem são muitas vezes mediadas por um ecrã. Procurar novos conhecimentos, seguir a actualidade, contactar com as pessoas e até mesmo o divertimento acontecem frente a um ecrã: computador, telemóvel, televisão, consolas, e outros dispositivos que não param de surgir.

Com tudo isto, é fácil deixar-se apanhar numa lufa-lufa tecnológica sem parar para compreender o que significam realmente estes meios, e como os coloco ao serviço dos meus valores. Por exemplo, em termos de relações pessoas, muitas vezes numa ilusão de se estar a comunicar mais, não avaliamos se comunicamos melhor.

A actividade que aqui se propõe é muito simples, mas pode ser muito rica se revelar o lugar que os media digitais ocupam na vida das pessoas, de modo a poderem avaliar se estão satisfeitas com isso.

Concretamente, propõe-se um dia (ou uma parte do dia) sem telemóvel e sem acesso à internet na escola. Inspirada na actividade Uma Semana Sem TV, pretende-se proporcionar momentos de interacção, valorizar formas de divertimento que não passem pelas tecnologias.

Esta estratégia pode ser sugerida a uma turma, em contexto de biblioteca ou para a escola toda. A vivência daí resultante dará motivos para conversas sobre as diferentes dimensões já referidas e para tomar uma maior consciência do que fazemos com a tecnologia e o que a tecnologia faz connosco.

OBJECTIVOS

Consciencializar as crianças e os jovens sobre a importância que assumem os telemóveis e internet nas suas vidas;
Avaliar a relação (dependência vs ponderação) que mantêm com estes meios.

RECURSOS

Cartaz

MEDIA

Telemóvel e Internet

PÚBLICO-ALVO

2º e 3º Ciclos, Secundário

O Magalhães nas páginas dos jornais

Não será tarefa fácil encontrar um conjunto alargado de pessoas que não conheçam o computador Magalhães ou que nunca tenham ouvido falar da iniciativa do governo e-Escolinhas. E este conhecimento das pessoas deve-se à ampla divulgação que os meios de comunicação lhe dedicaram.

Os Media exerceram a sua função de mediadores, neste caso entre o Governo e a população.

O desafio que aqui se lança é o de procurar notícias sobre o *Magalhães*, nomeadamente nos jornais, através de uma pesquisa na Internet. Pegando, por exemplo, em quatro jornais nacionais diários, o Correio da Manhã, o Diário de Notícias, o Jornal de Notícias e o Público, fazer uma recolha de notícias que tenham o computador Magalhães como tópico.

A partir do conjunto de notícias encontradas, propõe-se encontrar respostas para questões como as seguintes:

- Foi fácil ou difícil encontrar notícias sobre o Magalhães?
- Qual o jornal que mais notícias publicou?
- Quais os temas mais presentes nessas notícias? São mais os aspectos positivos ou negativos?
- Que elementos (pessoas ou objectos) estão representados nas imagens que ilustram as notícias?
- Qual é a principal ideia que é transmitida do Magalhães?

Com este exercício, pretende-se levar as crianças a questionar como, sobre um mesmo tema, se pode construir diferente informação (escrita e visual). E a importância de se utilizar os media para se dar visibilidade a um projecto.

OBJECTIVOS

Compreender o alcance da iniciativa governamental e-escolinhas; analisar a(s) visão(ões) que os jornais lançam sobre o projecto Magalhães; levar as crianças a conhecerem melhor o computador que têm entre mãos: quem teve a ideia, quem produz, quais os objectivos...

RECURSOS

Pesquisa de notícias na Internet

MEDIA

Computador Magalhães

PÚBLICO-ALVO

1º e 2º Ciclos

Se eu fosse o criador de um videojogo...

Levar os videojogos para a escola ou para a sala de aula não passa necessariamente por pôr os alunos a jogar. Convocar o tema é já uma forma de o tornar presente.

A tarefa consiste, então, em propor aos alunos um exercício de escrita, com o seguinte mote: "Se eu fosse um criador de videojogos..." A ideia é que os alunos falem de alguma ideia para um videojogo, qual seria o tema, as personagens, os objectivos do jogo, e como seriam os ambientes.

Esses textos podem, depois, ser lidos, funcionando como um provocador de uma conversa sobre as práticas que esses alunos têm, no que respeita a jogar. Antes da realização do exercício de escrita, pode-se dar início à actividade com uma troca de impressões sobre as questões mais polémicas que costumam suscitar os videojogos, como a violência. Na leitura dos textos, será interessante procurar se as visões anteriormente defendidas têm repercussão nos textos ou se, por outro lado, não há coerência entre o que se antes criticou e depois se propôs como jogo.

Como trabalho complementar, pode-se pedir aos alunos que façam um desenho sobre o tema do seu texto.

OBJECTIVOS

Estimular as crianças a pensarem sobre os videojogos: gostos, preferências, tempo de jogo... E nos temas polémicos que geralmente lhe são associados: por exemplo, a violência, o vício, a alienação. Espicaçar a sua criatividade, através da proposta de uma ideia para um jogo.

RECURSOS

Recursos para produção de texto

MEDIA

Videojogos

PÚBLICO-ALVO

2º e 3º Ciclos

Senhor Provedor, por favor...

O direito de participar nos media nem sempre é exercido por um manifesto desconhecimento de mecanismo de regulação como é o caso da figura do Provedor. A primeira tarefa desta actividade é, pois, dar a conhecer as principais funções de quem exerce esta função de Provedor num dado meio de comunicação.

Através do visionamento, ou audição e leitura – depende do meio em questão – do programa Voz do Cidadão, do Provedor da RTP, pode-se ilustrar melhor em que resultam as mensagens enviadas ao Provedor.

O exercício começa pela atribuição da função de provedor a um aluno e a outro, ade jornalista. Todos os restantes vão escrever as críticas que fariam, neste caso, à televisão. Depois, o provedor vai ler essas críticas para, em seguida, falar com o jornalista, dando-lhe conta das opiniões e dos descontentamentos dos telespectadores.

Outra sugestão passa por desafiar os alunos a dirigirem-se realmente ao Provedor sobre um assunto que os jovens gostariam que este abordasse no seu programa.

Estas discussões têm ainda o interesse de conhecer algumas perspectivas que os jovens têm sobre a televisão.

OBJECTIVOS

Dar a conhecer a figura e as funções do provedor dos media;
Alertar para a possibilidade e modo de se criticar (ou elogiar!) algum aspecto que tenha merecido atenção em programas desses meios de comunicação.

RECURSOS

Colunas e programas dos provedores

MEDIA

Jornais, Rádio e Televisão

PÚBLICO-ALVO

Secundário

Ver com olhos de ouvir

A publicidade cativa a atenção das crianças desde muito pequenas. Com esta actividade, procura-se despertar a atenção das crianças para os pormenores que fazem com que uma campanha permaneça na nossa memória.

É necessário, em primeiro, fazer uma recolha de dois ou três anúncios. Não será difícil encontrá-los em sites de alojamento de vídeos. Passa-se o filme publicitário e pede-se que digam quais são os elementos que fixaram.

Depois disto, pede-se às crianças que fechem os olhos e voltem agora a ouvir apenas. E solicita-se novamente que relatem o que lhes chamou a atenção desta vez. As vozes, os barulhos, a música, o silêncio (ou a sua ausência)...

Pode-se ainda passar o mesmo anúncio sem som, ou, se for possível, com outra música que crie uma atmosfera diferente da original.

Com o segundo o spot publicitário, inverter a ordem dos exercícios. Começar por ouvir sem som, com uma música diferente, e depois o filme original. Com o terceiro, iniciar apenas com o som e sem imagem...

OBJECTIVOS

Valorizar os elementos áudio na construção de uma perspectiva sobre um determinado produto;
Chamar a atenção para a multiplicidade de aspectos e para o detalhe que um pequeno filme publicitário tem de ter em conta.

RECURSOS

Spots publicitários

MEDIA

Publicidade

PÚBLICO-ALVO

1º Ciclo

Pesquisar, seleccionar, avaliar

A pesquisa de informação na internet é uma actividade central, tanto com objectivos escolares como para outras finalidades. Se é uma prática muito frequente, por outro lado são igualmente frequentes as queixas de professores de que os alunos não dominam esta actividade de pesquisa e subsequente tradução em um trabalho, daquilo que procuraram e encontraram.

É fundamental aprender boas formas de procurar e de pesquisar, saber que o primeiro resultado apresentado pelo motor de busca não nos revela tudo sobre o tema em análise, que é necessário confrontar as fontes de informação, que estas devem ser diversificadas e que não se esgotam em pesquisa na internet. Ficam algumas sugestões muito concretas para ajudar neste processo e evitar que milhares de recursos disponíveis na internet redundem em dezenas de trabalhos 'iguazinhos' uns aos outros:

- **Levar os alunos a criar ou alterar um artigo na Wikipédia**, para se aperceberem que são realmente os utilizadores que podem intervir na Wikipédia. Chamando a atenção dos alunos para os primeiros resultados de uma pesquisa no motor de pesquisa Google, que remetem muitas vezes para a Wikipédia, deverão questionar-se sobre a escolha desses primeiros resultados como única fonte utilizada para a realização de um trabalho.
- **Diversificar as plataformas onde se pesquisa**, solicitando o professor que na bibliografia final constem recursos para além de sites, como livros, revistas, artigos científicos.
- **Pedir aos alunos para escreverem o trabalho à mão** pode ser uma excelente estratégia para se evitar o chamado copy-paste e levar os alunos a escolherem o essencial de uma informação recolhida.
- **O Google não entra na bibliografia** - esta indicação deve ficar clara desde início, pois, tal como a biblioteca ou o quiosque, o espaço onde acedemos à informação não é relevante para este efeito.

OBJECTIVOS

Compreender a importância da actividade de pesquisar na internet, e que o resultado do trabalho final depende da qualidade dos recursos utilizados e a forma como são utilizados.

RECURSOS

Internet e motores de pesquisa

MEDIA

Internet e pesquisa de informação

PÚBLICO-ALVO

2º e 3º Ciclos

Actividades implementadas

PARTE II

- 24 'Blogger' com a associação de estudantes
- 25 Debater o carnaval (com vídeo)
- 26 A publicitar nos entendemos
- 27 Conhecer o mundo através da rádio
- 28 Cozinhar livros num filme animado
- 29 Aprender a ler imagens
- 30 Inquérito sobre a utilização das redes sociais
- 31 Produzir um jornal escolar no Jardim-de-Infância
- 32 Internet Segura: de alunos para alunos
- 33 Um vídeo diferente contra a indiferença

‘Blogar’ com a associação de estudantes

As docentes desenvolveram um trabalho colaborativo com a Associação de Estudantes da Escola Básica do 2º e 3º Ciclos do Teixoso, na gestão do seu blogue (textos e imagens).

Na página na internet do Agrupamento de Escolas do Teixoso, existe uma hiperligação que remete para este blogue, que procura trabalhar também de forma colaborativa com o jornal escolar.

Como produto final desta actividade resultou o blogue <http://aeteixoso.wordpress.com>, que poderá ter continuidade, através de uma “passagem de testemunho”, entre a actual e a futura Associação de Estudantes, contando com o apoio das docentes, que orientaram este projecto.

Como balanço final desta actividade, os alunos envolvidos neste projecto foram convidados a dar a sua opinião sobre a sua aplicação. De entre as várias frases destacamos:

“Gostei muito, depois de tudo isto só é necessário ter algum cuidado pois é bem possível que se fique “viciado” em fazer posts e ler comentários”.

“Não gostava de ver notícias, nem ler jornais, mas agora presto um pouco mais de atenção, pois ajuda-me a fazer os comentários e a perceber o que é importante divulgar numa notícia.” “A Escola deve estar preparada para as novas tecnologias, e é importante a realização de trabalhos que envolvam os alunos e professores.”

O trabalho desenvolvido visou a análise e produção de conteúdos on-line, numa lógica colaborativa e em articulação com o jornal escolar.

Em termos globais, consideramos esta experiência como muito positiva e com resultados interessantes na dinâmica do Agrupamento.

Ana Paula Pereira, Sofia Mendes
(Agrupamento de Escolas do Teixoso)

OBJECTIVOS

Em conjunto com os alunos, debater e aprofundar áreas como: Vantagens e desvantagens dos blogues; Cuidados a ter no uso de blogues; Lista de bons usos dos blogues na Educação; Tutoriais de construção e uso; Selecção e tratamento de material; Trabalhar com imagens criadas ou registadas pelos próprios alunos, ampliando as suas competências cognitivas na área de criação; Discutir a forma como se devem postar comentários, observando os limites do respeito.

RECURSOS

Máquina fotográfica; computador

MEDIA

Blogue (Internet)

PÚBLICO-ALVO

Alunos de 9º Ano

Debater o carnaval (com vídeo)

Os alunos começaram por pesquisar a Origem e a História do Carnaval. De modo a incentivá-los e motivá-los para uma Educação para a Cidadania crítica e responsável, os alunos fizeram a pesquisa utilizando a Internet e também outros meios, como os da Biblioteca Escolar.

Depois destas pesquisas na Biblioteca da Escola, passou-se à fase de “confeção” de máscaras em esponjas de Carnaval. Para além disto, decorámos um carro, gentilmente cedido pela Câmara Municipal da Sertã.

Após a interrupção do Carnaval, todos os alunos fizeram uma reflexão que contribuiu para a realização de uma composição colectiva.

Conduzimos a resposta dos alunos para esta questão, em duas vertentes:

- Em primeiro lugar, construiu-se um Jornal de Parede à medida que iam aparecendo os trabalhos que foram reflectindo a opinião dos alunos.
- Em segundo lugar e, em paralelo, foi produzido um filme que retrata o objecto da pesquisa inicial por parte dos alunos.

Organizámos também um debate, com a participação dos alunos, que registámos em vídeo.

Do conjunto da diversidade livre e democrática das respostas dos alunos a esse conjunto de questões fez-se luz...! Elaborou-se um Jornal de Parede livre e plural e construiu-se também um “corpus” de opinião importante na formação cívica, crítica e responsável por parte dos alunos.

Depois, e para concluir, foi mostrado aos alunos o filme. Estes, em conjunto com os professores, fizeram uma avaliação e auto-avaliação da sua prestação no filme.

Joaquim Courela e Carla Lima
(Agrupamento de Escolas da Sertã)

OBJECTIVOS

Produzir mensagens media em suporte papel e vídeo;
Desenvolver o sentido crítico.

RECURSOS

Biblioteca escolar; máscaras e decorações de Carnaval; jornal de parede; câmara de filmar

MEDIA

Internet; Publicidade

PÚBLICO-ALVO

Alunos de 4º Ano

A publicitar nos entendemos

As actividades desenvolvidas com os alunos trataram o tema “*Problemas Ambientais no Mundo de Hoje*” e foram realizadas em duas fases: na primeira, na disciplina de Área de Projecto, trabalharam-se textos dos media e na segunda, na disciplina de Português, os alunos exploraram mensagens publicitárias.

Cada grupo (de três alunos) pesquisou, na imprensa - Internet e jornais existentes na biblioteca - textos actuais sobre problemas ambientais que afectam o planeta. Seguidamente, de acordo com os seus interesses, seleccionaram um texto para analisar.

O trabalho de leitura e análise da mensagem escolhida foi orientado também por um guião o que diz, quem produziu, com que objectivos, por que razão está a ser enviada, como é que outras pessoas a podem entender de forma diferente. Realizada essa tarefa, cada grupo elaborou um trabalho escrito e fez uma breve apresentação oral da questão ambiental em análise, trabalhos tidos em conta na avaliação final da disciplina.

Numa segunda fase, os mesmos grupos analisaram e construíram mensagens publicitárias com vista à consciencialização para o “problema” já explorado.

A disciplina de Inglês do 11º e 12º ano desenvolve igualmente uma unidade temática relacionada com o ambiente. Assim, propusemos a duas professoras de inglês que os respectivos alunos realizassem a tarefa de análise e construção de mensagens publicitárias por nós planificada.

Os alunos de 9º Ano referiram que gostavam de realizar mais actividades deste tipo, destacando o seu interesse pela pesquisa on-line. Mas recorreram sobretudo a imagens já existentes na Internet. Os alunos do Secundário não se limitaram a utilizar imagens já feitas, importadas da internet ou de outros suportes, mas construíram as suas próprias imagens.

Conceição Neves, Etelvina Pinto, Raquel Afonso

(Escola Secundária Amato Lusitano - Castelo Branco)

OBJECTIVOS

Pretendeu-se, com a realização deste trabalho, que os alunos desenvolvessem competências ao nível da leitura, análise e produção escrita, analisassem de forma crítica mensagens media, desenvolvendo, assim, o espírito crítico, adquirissem/consolidassem valores de educação para a cidadania e desenvolvessem a criatividade.

RECURSOS

Computadores com ligação à Internet; publicações periódicas existentes na biblioteca; guiões orientadores das actividades das fases 1 e 2; guião de leitura e análise de mensagens media; anúncios publicitários

MEDIA

Internet; Fotografia

PÚBLICO-ALVO

Alunos do 9º, 11º e 12º Anos

Conhecer o mundo através da rádio

1//

Actividades de contextualização e de motivação: Programa de Rádio de 26 de Junho de 2009, “Mais Cedo ou mais Tarde” da TSF com Ficha de Compreensão Oral do Programa de Rádio (a preencher pelos alunos, após audição do Programa de Rádio).

2//

“Brainstorming” sobre viajantes Portugueses, Heróis da História de Portugal.

3//

Pesquisa orientada para sites com a temática: “Viajantes Portugueses”.

4//

Pesquisa orientada para sites sobre os países visitados por viajantes Portugueses.

5//

Preenchimento da Ficha de Pesquisa.

6//

Construção do texto (rádio) a partir da informação recolhida, integrando sons/músicas relacionadas com o país escolhido.

7//

Emissão do programa.

Carla Isabel Silva, Filomena Cardoso e Teresa Martins

(Agrupamento de Escolas de Vila de Rei)

OBJECTIVOS

Incluir as TIC e os Media na construção do conhecimento pelos alunos; Desenvolver o conhecimento dos alunos sobre o mundo (Geografia e História Mundial) e sobre a História de Portugal; Desenvolver técnicas de coesão e coerência textuais na expressão oral (Português).

RECURSOS

Ficha de pesquisa; programa de rádio; computador com acesso à Internet; gravador

MEDIA

Rádio; Internet

PÚBLICO-ALVO

Alunos do 2º e 3º Ciclos / elementos do Clube de Jornalismo e Clube de Rádio

Cozinhar livros num filme animado

O projecto foi apresentado a todos os alunos, nas suas escolas, em sessões de 90 minutos, onde eram sensibilizados para o mundo da animação através do visionamento de filmes e com o manuseamento de diferentes objectos (flip books e discos) que criam a sensação de movimento.

Nesta sessão, também foi feita a análise da história do livro, bem como apresentado o guião e o *story board* do projecto.

Esta fase terminava com a entrega às turmas de quarto ano, de um conjunto de bonecos, apenas com a estrutura em arame, com os quais os alunos na sala de aula, usando diferentes técnicas e materiais, iriam intervir plasticamente, criando as vinte personagens do filme.

Com os alunos de sétimo e oitavo ano, foram realizadas as gravações das falas das diferentes personagens que constituem o filme.

Numa turma de sétimo ano, antes das gravações, foram feitas as traduções das diferentes falas para inglês.

Na fase seguinte, novamente com os alunos de quarto ano, e já com o cenário, personagens, iluminação, câmara fotográfica e sistema informático montados, foram animadas diferentes cenas, através da técnica *stop motion*, na qual os alunos efectuavam pequenas mudanças na posição das personagens, fotografando cada uma dessas mudanças, *frame a frame*, obtendo assim o movimento pretendido e dando origem às diferentes cenas que constituem o filme.

Posteriormente, todo o filme foi montado, tendo sido apresentado aos alunos e encarregados de educação na actividade “Maratona dos Contos” que a escola realizou.

Carlos Matos e Catarina Lourenço

(Agrupamento de Escolas Faria de Vasconcelos - Castelo Branco)

OBJECTIVOS

Compreender o papel do cinema de animação no âmbito dos media e audiovisuais;
Conhecer o processo de produção e realização do filme animado;
Conhecer os meios materiais e equipamentos, realizar um filme de animação.

RECURSOS

Internet e motores de pesquisa

MEDIA

Audiovisual; Fotografia; Livro

PÚBLICO-ALVO

Todos os alunos do 4º Ano das Escolas do Agrupamento;
alunos de uma turma de 7º e de 8º Anos do Agrupamento Faria de Vasconcelos

Aprender a ler imagens

A actividade foi organizada no âmbito da disciplina de Educação Visual e Tecnológica, na abordagem dos seguintes conteúdos:

- Comunicação: mensagens visuais; codificações; regras de composição visual;
- Elementos da forma: ponto, linha, superfície, volume;
- Organização do espaço.

Seguiram-se as seguintes etapas:

- Exploração do recurso multimédia/CD-R “Vamos Ler Imagens”;
- Observação e análise pormenorizada de pinturas de diferentes autores (“Monalisa” de Leonardo da Vinci; “Liberdade Guia o Povo” de Eugène Delacroix; “À Beira Mar” de José Malhoa);
- Proposta aos alunos de pesquisa e selecção de imagens/pinturas, na internet, revistas e jornais;
- Observação e análise crítica das imagens/pinturas seleccionadas;
- Realização de Ficha de Leitura/Análise da obra de arte;
- Diálogo/debate crítico.

Os alunos foram confrontados com a diversidade de leituras que uma imagem pode suscitar. Compreenderam os pontos de vista de cada um, mas revelaram dificuldades na argumentação.

Aproveitou-se a pesquisa realizada pelos alunos sobre obras de arte de pintura para estabelecer um diálogo sobre a motivação que levou os autores a representarem aquelas imagens.

Extrapolou-se da análise de imagens de pinturas para a subjectividade de leitura de notícias que os jornais e a TV veiculam, bem como nos sites da internet.

Os alunos manifestaram gosto pela actividade, no entanto, revelaram fraca capacidade crítica. Os alunos devem e precisam de ser preparados para adoptarem uma atitude atenta e mais crítica em relação às mensagens dos media.

Maria Odete Martins

(Agrupamento de Escolas Serra da Gardunha – Fundão)

OBJECTIVOS

Desenvolver a percepção e a capacidade de análise crítica de mensagens media;
Alertar para a compreensão de diferentes pontos de vista sobre uma mesma realidade;
Estimular a capacidade de comunicação; Promover o acesso aos media; Produzir mensagens media.

RECURSOS

Ficha de leitura para análise de obra de arte; CD-ROM “Vamos Ler Imagens”; computadores; data show

MEDIA

Obras de arte; CD-Rom; Internet

PÚBLICO-ALVO

Alunos de 6º Ano

Inquérito sobre a utilização das redes sociais

Foi aplicado um questionário a todos os alunos do 2º e 3º ciclos do Agrupamento de Escolas de Vila Velha de Ródão.

A partir dos questionários, os alunos de todas as turmas elaboraram o tratamento estatístico (por turma) na disciplina de Matemática. De seguida, os resultados foram apresentados e discutidos nas turmas. As professoras de Matemática elaboraram o tratamento estatístico de todos os inquéritos aplicados.

Simultaneamente, foi disponibilizado aos alunos um dossier de artigos sobre redes sociais retirados dos media. Depois de terem sido realizados debates com os alunos sobre as redes sociais (na disciplina de Língua Portuguesa), foram feitas pequenas entrevistas aos alunos, a partir das quais foi realizado um pequeno vídeo.

Como corolário do trabalho realizado, foi produzido um dossier para o Jornal Escolar “Gente em Acção”, que inclui:

- Análise estatística dos inquéritos aplicados;
- Breves excertos recolhidos dos inquéritos;
- Conselhos para uma utilização crítica do Facebook (rede social preferida dos alunos do Agrupamento).

Anabela Afonso e Luís Costa

(Agrupamento de Escolas João Roiz - Castelo Branco - e Agrupamento de Escolas de Vila Velha de Ródão)

OBJECTIVOS

Explorar a relação que os alunos estabelecem com as redes sociais;
Conhecer quais as redes sociais mais utilizadas pelos estudantes;
Saber quantas horas por dia / semana os alunos dedicam a esta tarefa;
Compreender as razões que levam os jovens a utilizar este tipo de ferramentas disponíveis na internet depende da qualidade dos recursos utilizados e a forma como são utilizados.

RECURSOS

Questionário sobre utilização de redes sociais por alunos; tratamento estatístico dos resultados; dossiês de artigos sobre redes sociais; entrevistas aos alunos e publicação no jornal escolar.

MEDIA

Internet; Audiovisual; Papel

PÚBLICO-ALVO

Alunos de 2º e 3º Ciclos

Produzir um jornal escolar no Jardim-de-Infância

Estas actividades deram cumprimento ao Plano Anual de Actividades do Pré-Escolar do Concelho de Idanha-a-Nova e do Projecto Educativo do Jardim-de-Infância do Ladoeiro, inserido no âmbito do Plano Nacional de Leitura.

Em contexto de sala de aula, as crianças tiveram oportunidade de manusear alguns jornais regionais, observaram as imagens, os textos e manifestaram curiosidade em saber o que eles transmitiam.

A descoberta da mensagem, e o efeito que ela produz a quem a lê, levou as crianças a produzirem as suas próprias notícias através de textos orais que depois o docente processou com a finalidade de dar a conhecer, à família, algumas actividades e acontecimentos mais significativos do Jardim-de-Infância.

O placar da entrada serviu como Jornal de Parede com o nome “Notícias da Escolinha” onde foram afixadas as notícias, lidas e comentadas pela família.

Entusiasmadas, as crianças visitaram as instalações do Jornal Reconquista e foi com grande interesse que ouviram as explicações do jornalista que as acompanhou. E, assim, observaram e aprenderam como se faz um jornal, desde a elaboração da notícia na redacção, impressão e por fim a dobragem.

Mais tarde, as crianças e a família manifestaram a vontade de ver o Jornal de Parede informatizado para que pudesse sair da escola e chegar a toda a comunidade educativa. Desejo este concretizado através da colaboração do jornal Reconquista.

Helena Baptista

(Agrupamento de Escolas José Silvestre Ribeiro – Idanha-a-Nova)

OBJECTIVOS

Reconhecer a importância de alguns meios de comunicação e suas características.
Saber escutar e intervir em situações variadas; Saber exprimir-se de forma clara e audível.
Construir notícias para o jornal; Despertar a curiosidade pelo processo de elaboração e mecanismo de impressão de um jornal; Divulgar o Jornal na comunidade educativa.

RECURSOS

Jornal de parede

MEDIA

Fotografia; Imprensa

PÚBLICO-ALVO

Alunos do Jardim-de-Infância (uma turma dos 3 aos 6 anos)

Internet Segura: de alunos para alunos

A Professora Bibliotecária da Escola Secundária lançou um desafio aos alunos do 12º Ano do Curso Profissional de Técnico de Programação e Gestão de Recursos Informáticos: apresentarem o tema Ler e Escrever na Internet a alguns colegas. Explicou-lhes que a actividade pretendia que os alunos assistentes tomassem consciência, pela conversa com os pares, dos perigos e das armadilhas da Internet.

Os alunos aceitaram a sugestão, constituíram um grupo de quatro colegas, elaboraram uma apresentação em Powerpoint e seleccionaram alguns vídeos focando os aspectos referidos (um dos vídeos apresentados foi o vídeo oficial da campanha Internet Segura de 2010), que ilustraram a apresentação, Ler e Escrever na Internet. Integrada na Semana da Leitura, a sessão decorreu no Auditório da escola. Foram seleccionadas duas turmas (10ª e 11ªD) para assistir, num total de 38 alunos, acompanhados por professores.

Para além da exposição oral, os alunos dinamizadores interpelaram o público, convidando-o a intervir. No final da sessão, os participantes responderam a um questionário sobre Hábitos na Internet e avaliaram a sessão através de um questionário.

A sessão decorreu num ambiente descontraído e informal, em que se apresentaram aspectos importantes – de tal forma que, ao longo da sessão, os assistentes colocaram diversas questões, desencadeando-se momentos de verdadeiro diálogo.

O resultado da sessão foi francamente positivo. Os professores que assistiram revelaram o seu interesse pelo conteúdo da sessão, afirmando o interesse em repeti-la com outras turmas da escola.

Elsa Vasconcelos
(Agrupamento de Escolas da Sertã)

OBJECTIVOS

Tomar consciência, através da conversa com os pares, dos perigos e das armadilhas da internet;
Partilhar experiências “negativas” tidas através da internet;
Aprender estratégias de defesa na utilização da internet.

RECURSOS

Questionário sobre utilização da internet; "Debate na sala de aula"

MEDIA
Internet

PÚBLICO-ALVO
Alunos do Secundário

Um vídeo diferente contra a indiferença

A actividade apresentada e desenvolvida no âmbito da Língua Portuguesa, visa colocar os alunos numa situação de reflexão crítica face à publicidade. Numa perspectiva de oficina da língua foram delineadas duas actividades:

A primeira actividade consistiu na análise de spots publicitários, tendo sido adoptada a seguinte metodologia:

1. Explicação da actividade;
2. Formação de grupos/pares;
3. Visionamento e exploração dos spots publicitários escolhidos pelos alunos, com base no guião elaborado para o efeito;
4. Apresentação das conclusões à turma realçando os aspectos que mais lhes agradaram e os menos cativantes.

Na segunda actividade, foi realizado um filme publicitário de índole institucional.

1. Os alunos escolheram um tema consensual: Educar para a diferença;
2. Escolheram o Tema da campanha “Na diferença não sejas indiferente”;
3. Na aula de Língua Portuguesa organizaram o story board e redigiram um guião das cenas a filmar;
4. Realizaram as filmagens no espaço escolar;
5. Após as filmagens, debateram as mensagens que pretendiam transmitir;
6. Dois dos alunos mais familiarizados com as TIC fizeram os arranjos técnicos;
7. Surgiu o produto final: um filme com cerca de 20 minutos sobre a problemática por eles escolhida.

Todos os alunos, sem excepção, colaboraram na actividade tendo inclusive participado alunos de outras turmas que estavam nas imediações das filmagens.

Ana Paula Vintém e Célia Dias
(Agrupamento de Escolas da Sertã)

OBJECTIVOS

Possibilitar o desenvolvimento de uma postura crítica e analítica em relação aos media;
Capacitar os alunos para a procura, recepção e expansão das informações através dos media;
Estimular o recurso às tecnologias multimédia na produção de trabalhos de forma criativa.

RECURSOS

Guião de análise de spots publicitários; guião de elaboração de filme

MEDIA
Publicidade

PÚBLICO-ALVO
Alunos de 8º Ano



+ UM CONJUNTO
DE RECURSOS PARA APROFUNDAR

Documentos orientadores

- // 1982 (UNESCO) Declaração de Grunwald sobre Educação para os Media (1p.)
- // 1990 (UNESCO) Novas Direcções na Educação para os Media, Toulouse (5p.)
- // 1999 (UNESCO) Educar para os Media na Era Digital, Viena (3p.)
- // 2000 (Conselho da Europa) Recomendação 1466 (2000), Educação para os Media.
- // 2007 Directiva 2007/65/CE do Parlamento Europeu e do Conselho (19p.)
- // 2007 Comunicação da Comissão COM(2007)833, Uma abordagem europeia da literacia mediática no ambiente digital (9p.)
- // 2008 Resolução do Parlamento Europeu (2008/2129(INI)) sobre literacia mediática no mundo digital (6p.)
- // 2009 Recomendação da Comissão C(2009)6464 sobre literacia mediática no ambiente digital para uma indústria audiovisual e de conteúdos mais competitiva e uma sociedade do conhecimento inclusiva (7p.)
- // 2009 Conclusões do Conselho (2009/C 301/09) sobre a literacia mediática no ambiente digital (12p.)

Publicações

Buckingham, D. (2001).

Media education, a global strategy for development. A policy paper prepared for UNESCO Sector of Communication and Information, <http://j.mp/hGTqi>.

Gonnet, J. (2007).

Educação para os Media: As controvérsias fecundas. Porto: Porto Editora.

Jenkins, H. (2006).

Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century, MacArthur Foundation White Paper, <http://goo.gl/JyGFa>.

Livingstone, S. (2004).

What is media literacy? *Intermedia*, 32 (3). pp. 18-20.

Pérez Tornero, J.M. (coord.) (2007).

Comunicação e Educação na Sociedade de Informação. Porto: Porto Editora.

Pinto, M. et al (2011).

Educação para os Media em Portugal: Experiências, Actores e Contextos. Lisboa: ERC.

Ligações

A Manifesto for Media Education: www.manifestoformediaeducation.co.uk

CLEMI: www.clemi.org

Educação + Media = Educar para os Media: www.educarparaosmedia.blogspot.com

Educomunicação: www.comedu.blogspot.com

EU Kids Online Portugal: www.fcsh.unl.pt/eukidsonline

Grupo Comunicar: www.grupocomunicar.com

Internet Segura: www.internetsegura.pt

Miúdos Seguros na Net: www.miudossegurosna.net

Navegando com o Magalhães - estudo sobre o impacto dos media digitais nas crianças:
www.lasics.uminho.pt/navmag

Ofcom - Media Literacy: <http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/media-literacy>

Página 23 - Público na Escola: www.projectopne.blogspot.com

Portal da Literacia Mediática: www.literaciamediatica.pt

Projecto Educação para os Media: www.literaciamedia.com

Rede de Bibliotecas Escolares: www.blogue.rbe.min-edu.pt

Outros recursos

Tomé, V. et al. (2010).

Cd-Rom "*Vamos fazer jornais escolares*".

Roosen, T. (ed.) (2010).

L'Education aux Médias en 12 Questions. Bruxelas: Conseil Supérieur de l'Education aux Médias / Ministère de la Communauté française.

Thoman, E.; Jolls, T. (2011).

Guia de orientação de Literacia dos Media. Conjunto de ferramentas de Literacia dos Media, um quadro de referência para aprender e ensinar na era mediática. Center for Media Literacy.

Url: <http://goo.gl/awCVC>

Pereira, S.; Pereira, L. & Pinto, M. (2009).

Como Tver. Braga: EduMedia/U.Minho.

Pereira, S.; Pereira, L. & Pinto, M. (2010).

Videojogos – Saltar para outro nível. Braga: EduMedia/U.Minho.

Pereira, S.; Pereira, L. & Pinto, M. (2011).

Internet e Redes Sociais. Tudo o que vem à rede é peixe? Braga: EduMedia-U.Minho.

EDIÇÃO: UNIVERSIDADE DO MINHO - CENTRO DE ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE

APOIO: GMCS - GABINETE PARA OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

DATA: MARÇO DE 2011 .. **ISBN:** 978-989-97244-0-2 .. **DEP. LEGAL:** 325 119/11

DESIGN: NEHTBRAND.PT .. **IMPRESSÃO:** MARCA-AG.COM .. **TIRAGEM:** 500 EXEMPLARES

INFORMAÇÕES E CONTACTOS: WWW.COMEDU.BLOGSPOT.COM .. WWW.LITERACIAMEDIATICA.PT