

ENTRE A ESCOLA E A FAMÍLIA: UM ESTUDO EM TORNO DE PRÁTICAS DE EDUCAÇÃO PARA OS MEDIA EM PORTUGAL

Simone Petrella¹

CECS, Universidade do Minho
petrella.simone@gmail.com

Patrícia Silveira²

CECS, Universidade do Minho
ana_da_silveira@hotmail.com

Clarisse Pessoa³

CECS, Universidade do Minho
clarisse.amp@gmail.com

Amália Carvalho⁴

Universidade do Minho
amaliacarvalho.91@gmail.com

Diana Pinto⁵

CECS, Universidade do Minho
dyanapinto@gmail.com

Resumo

O presente artigo propõe refletir sobre a importância de atender à complementaridade entre os ambientes familiar e escolar, tendo em vista a promoção da Educação para os Media no contexto da infância. Num panorama de acentuada evolução tecnológica e de um contato quotidiano com conteúdos mediáticos por parte das crianças, é fundamental a criação de ferramentas e instrumentos que traduzam na prática, para a sociedade, os resultados e os conhecimentos teóricos das investigações académicas. Com efeito, a realidade portuguesa, quando comparada com outros países como o Canadá ou o Reino Unido, apresenta escassez de materiais que promovam a Literacia Mediática. Neste sentido, o nosso procedimento metodológico envolveu a recolha e análise da informação e das iniciativas desenvolvidas em Portugal e a realização de um modelo teórico que identifica as competências fundamentais para a formação de cidadãos críticos autónomos e participativos, representando assim uma proposta de leitura de Literacia Mediática. Partindo deste modelo e dos seus vários indicadores,

¹ Investigador no Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. Doutorando em Ciências da Comunicação, Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho.

² Investigadora no Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. Doutoranda em Ciências da Comunicação, Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho.

³ Investigadora no Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. Doutoranda em Ciências da Comunicação, Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho.

⁴ Mestranda em Ciências da Comunicação, no Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho.

⁵ Investigadora no Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. Doutoranda em Ciências da Comunicação, Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho.

criamos um manual de boas práticas em Educação para os Media: *Tratar os media por tu*, para crianças do 1º ao 3º ciclo. Este instrumento propõe várias atividades lúdicas, num formato próximo do jogo, que abrangem 25 temáticas relativas à Educação para os Media, entre as quais, o *cyberbullying*, o mundo das notícias, a blogosfera e a publicidade. O principal objetivo é promover a aquisição de competências críticas face aos media, tanto no contexto escolar como familiar, em situação de complementaridade. Palavras-Chave: Educação para os Media - Crianças - Escola - Família - Competências Mediáticas

Abstract

The present study proposes to reflect on the importance of considering the complementarity between family and school environments, with the purpose of promoting Media Education in the childhood context. With the increased technological growth and the everyday contact of children with media content, it is essential to develop tools and instruments that are able to practically convey the results and theoretical knowledge of academic research to society. In fact, the Portuguese reality, when compared to other countries such as Canada or the United Kingdom, still lacks materials that promote Media Literacy. For that reason, our methodological procedure contemplated the collection and analysis of the information and initiatives promoted in Portugal, and the development of a theoretical model that identifies the essential skills for training autonomous, critical, and participative citizens, thus constituting a reading proposal on Media Literacy. Starting from this model and its various indicators, we elaborated a manual of good practices in Media Education: *Addressing the media for you*, for children from the 1st to the 3rd cycle. This instrument proposes various recreational activities, in a game-like format, encompassing 25 topics on Media Education, among which like *cyberbullying*, the world of news, the blogosphere and advertising. The main goal is to stimulate the development of critical skills about the media, both in school and family contexts, under a complementary relationship.

Keywords: Media Education - Children - Education - Family – Media Skills

Introdução

A forma como as novas gerações comunicam, acedem e partilham informação tem um impacto proeminente no processo de socialização. Sobretudo nos primeiros anos de vida, a par da família e da escola, os media adquirem um papel fundamental, ao auxiliarem a formação cognitiva, emocional e social das crianças. Ao passarem grande parte do seu dia conetadas a diversas mensagens e formatos mediáticos, as crianças tomam contato com um conjunto de saberes a que, de outra forma, dificilmente teriam acesso. Esta é uma questão que se transforma num desafio para a família e para a escola, uma vez que num tempo de acentuada evolução tecnológica é essencial promover o desenvolvimento de competências que permitam às crianças não só o acesso esclarecido às novas tecnologias, como também a aprendizagem para um uso ativo e crítico dos vários recursos disponíveis.

Este panorama faz sobressair a importância de uma aposta na Educação para os Media (EpM). Não sendo, este, um conceito novo, pretende servir de mediador entre a experiência do cidadão e os meios de comunicação, promovendo, neste sentido, a reflexão sobre os media, ao mesmo tempo que garante a exploração crítica dos conteúdos mediáticos e dá o mote a uma participação séria e ativa na sociedade (Pereira, 2000b). A relevância deste conceito é mencionada por diversas Recomendações e Declarações governamentais e não-governamentais. Temos, por exemplo, a Recomendação da Comissão Europeia (2009), que a define como a “capacidade de aceder aos media, de compreender e avaliar de modo crítico os diferentes aspectos dos media e dos seus conteúdos e de criar comunicações em diversos contextos”.

Apesar da abundância de materiais e recursos que visam o desenvolvimento da Literacia Mediática em países como o Canadá, a França ou a Inglaterra, comparativamente com estas realidades, no contexto português esta produção é ainda escassa e pontual. Neste sentido, criou-se um *booklet* de iniciativas e sugestões de atividades de Educação para os Media, replicáveis quer no ambiente escolar quer em contexto familiar. As atividades foram fundamentadas por um modelo teórico constituído por quatro competências mediáticas, nomeadamente, *criação, pensamento crítico, interação e networking, e participação*. Um conjunto de indicadores identifica aspetos distintos e interligados do processo de desenvolvimento de cada competência, pretendendo ser universais e adaptáveis a diferentes contextos educativos e formativos.

Práticas de Educação para os Media em Portugal

No que respeita às práticas de Educação para os Media em Portugal, têm sido colocadas em marcha várias iniciativas que merecem ser destacadas. Entre os principais atores neste processo encontram-se associações, bibliotecas, empresas, universidades e politécnicos, escolas/agrupamentos dos ensinos básico e secundário, governo, instituições públicas, media, organizações internacionais e provedores, entre outros (Pinto *et al.*, 2011). As bibliotecas escolares e municipais têm desenvolvido um papel crucial neste âmbito, com destaque para a atuação da Rede de Bibliotecas Escolares (RBE) que, além de promover atividades de formação quer para alunos quer para professores, tem ainda desenvolvido atividades interventivas no contexto escolar (Pereira, 2011: 37). Relativamente às instituições privadas,

destaca-se o programa *Digital Literacy* que tem sido desenvolvido pela Microsoft, estando traduzido em vários idiomas. Alguns órgãos de comunicação portugueses têm também desenvolvido programas e iniciativas de formação para a Literacia Mediática. O *Público na Escola*, um projeto de jornais escolares coordenado pelo jornal Público, durou mais de duas décadas e constitui-se como uma referência nacional na área da EpM. Por sua vez, o Diário de Notícias e o Jornal de Notícias desenvolveram o *MediaLab*, um laboratório de jornalismo destinado à participação de crianças e jovens.

No âmbito da literacia para a publicidade, torna-se relevante fazer referência ao *MediaSmart*, um projeto originário do Canadá (1989), que chegou a Portugal em 2008, e que tem uma atuação a nível nacional. Desenvolvido para ser aplicado sobretudo em contexto escolar, tem como público-alvo crianças entre os 7 e os 11 anos, tendo-se associado recentemente à RBE, para conseguir chegar a um maior número de alunos. De referir, ainda, a importância que os clubes de cinema tiveram, e ainda têm, na área da Educação para os Media em Portugal. Neste âmbito a própria escola tem desenvolvido várias experiências significativas (Pinto, 2003: 39). Na internet, tal como afirma Luís Pereira (2011: 39), “os recursos para (auto)aprendizagem são ilimitados, revelando-se como uma ótima fonte para se aprender mais sobre tecnologia”.

Igualmente, os centros de investigação e as entidades com responsabilidade de intervenção nesta área têm tido um papel essencial ao nível da atuação e apresentação de propostas de atividades a desenvolver com os alunos (Pereira, 2011).

Contextos de Aprendizagem da Educação para os Media: Entre a Família e a Escola

Especialmente no ambiente escolar, Sara Pereira (2000a), especialista em Literacia Mediática, sublinha a importância de haver um trabalho conjunto entre este contexto e o familiar, para que a Educação para os Media seja bem-sucedida através do apoio mútuo entre pais e professores. Como explica, os pais podem fornecer informações importantes no que toca ao consumo mediático dos mais novos; por sua vez, os professores podem orientar e aconselhar os pais relativamente a este consumo, para tentarem, em conjunto, que as crianças possam retirar daí algum saber e conhecimento (Pereira, 2000a). Para Pereira (*ibidem*), é fundamental que haja um envolvimento e compreensão por parte dos pais, já que, sem o apoio destes, o trabalho desenvolvido nas instituições educativas dificilmente será bem-sucedido.

A Família

A família é o lugar, por excelência, onde se dão habitualmente as negociações entre os pais e as crianças, no que diz respeito ao acesso e uso dos media. Buijzen Molen & Sondji (2007) consideram que os pais são os principais mediadores do contato das crianças com as mensagens televisivas, considerando os autores que este papel é fundamental para a gestão da influência dos conteúdos transmitidos. No mesmo sentido, Lazo (2005) aponta para a importância deste auxílio nos processos de aprendizagem e leitura ativa das mensagens, de tal modo que o resultado, como refere, traduz-se no facto de as crianças discutirem mais com os pais acerca dos conteúdos, contrastarem as suas opiniões e interagirem com o meio.

Num estudo recente sobre a dinâmica familiar em torno da relação das crianças com a internet e a televisão, Bernardes (2012) concluiu que os pais praticam estilos de mediação diferenciados, considerando que existem modelos de atuação efetivos e passivos. Partindo de uma tipologia de mediação proposta por Orozco, a autora verificou que, na maioria das famílias, tanto na mediação televisiva como naquela direccionada para o uso da internet, impera um modelo restritivo ligado ao controlo sobre o tempo de uso e o acesso a determinados conteúdos, no entanto, com algumas diferenças, por exemplo, em relação às normas ou aos métodos de controlo. Tendo como universo de investigação pais e crianças com idades compreendidas entre os 7 e os 12 anos (todos residentes em Madrid), a autora verificou que as crianças assistem televisão desde cedo, de tal modo que além de estarem a par de quase toda a programação, conhecem as emissoras e os horários nos quais os seus conteúdos preferidos são transmitidos. Relativamente à internet, a autora sublinha que, no caso das crianças dos 7 aos 9 anos, o seu uso é esporádico e dependente do auxílio parental, quando comparado com o papel ativo que possui no quotidiano das crianças dos 10 aos 12 anos. Além disso, Bernardes chama a atenção para o facto de as experiências mediáticas das crianças se realizarem num contexto global do qual fazem parte a família, a escola, a vizinhança e os meios de comunicação, tendo, no entanto, considerado a família, como o lugar de referência na formação do seu comportamento social.

A Escola

Há autores que consideram que a escola se pode constituir, ao lado da família, como espaço privilegiado de mediação e discussão das mensagens mediáticas. Jacques Gonnet (2007), na obra *A Educação para os Media: As Controvérsias Fecundas*, parte do princípio de que os

media oferecem ideias, imagens e representações que, inevitavelmente, configuram a nossa forma de olhar a realidade. Por esse motivo, o autor advoga que o espaço escolar, enquanto local privilegiado de formação das crianças e onde passam grande parte do seu dia, deve ser ativo no desenvolvimento de capacidades preventivas e criadoras face aos media. A escola pode ser um elemento ativo, devendo ensinar os alunos a utilizarem e a deciframos os meios de comunicação, além de dever constituir-se como lugar de iniciação à cidadania, à democracia, à política e à reflexão sobre a atualidade, através da produção de conteúdos mediáticos (Gonnet, 2007). Trata-se de aproveitar o espaço escolar para colocar em ação um processo de transformação e de aprendizagem, no qual as crianças evidenciam uma iniciação à pluralidade de pensamento e uma responsabilidade ativa.

Para que esta iniciação à cidadania funcione, é importante não esquecer alguns aspetos essenciais, de modo a que a escola não seja somente um lugar de instrução, mas também de partilha de saber e de diálogo; devendo, neste sentido, ser valorizada por toda a sociedade (Gonnet, 2007). Esta ideia pressupõe a abertura do espaço escolar a toda a comunidade, contrariando a conceção tradicional de escola fechada aos alunos e professores.

A este respeito, Jacques Gonnet (2007) explora as questões da introdução dos media na escola, centrando-se no conceito de *Educação Nova*. O autor fala do desenvolvimento de dois tipos de capacidades: a preventiva, que pretende prevenir os mais novos contra formas de influência e manipulação mediática; e a criadora a partir dos media, que pretende que estes sejam capazes de se apropriarem do máximo de informações a partir da sua visão sobre qualquer tipo de documento mediático. Através da figura do professor, a escola deve criar nas crianças e nos adolescentes o gosto pelo saber, já que a sala de aula é o lugar privilegiado de acolhimento das suas questões. É fundamental que esteja consciente e disponível para esta aprendizagem, não devendo privar-se da implementação de novos modelos de formação, com vista a provocar no aluno o desejo da descoberta, dando-lhe os mecanismos essenciais para melhorar, também, a sua relação com o mundo, o que pode traduzir-se, por exemplo, na produção de jornais escolares (Gonnet, 2007). É nesta autonomia que assenta o fundamento e espírito da *Educação Nova*, que propõe um novo modelo de formação e relação entre professor e aluno, assente nos questionamentos e motivações do último (Gonnet, 2007: 73).

Contrariamente ao modelo tradicional de educação, que se apoiava na transmissão baseada em definições dadas pelos adultos sobre o que deve ser sabido, aprendido e transmitido, é objetivo da *Educação Nova* permitir que o aluno explore a sua criatividade e

curiosidade, participando de forma ativa no processo de aprendizagem. O professor deixa de ser visto como uma figura meramente autoritária, para passar a ser um companheiro do estudante e alguém que lhe permite explorar os caminhos do saber. “O aluno não fica numa situação passiva, sempre solicitado a restituir o saber do mestre; antes, descobre a cultura em toda a sua força dinâmica” (Gonnet, 2007: 73).

Construção de um modelo teórico

Partindo dos pressupostos mencionados, procedemos à formulação de um modelo teórico (Fig.1, página seguinte) que represente uma proposta de leitura da Literacia Mediática e trace as linhas diretrizes do nosso *booklet*. Neste sentido, a nossa formulação, fruto da experiência de investigação dos autores e da convergência de reflexões nacionais e internacionais desenvolvidas sobre o tema, nos últimos 10 anos, representa uma identificação das competências que consideramos fundamentais para a formação de cidadãos críticos, autónomos e participativos. O modelo destaca quatro dimensões, ou seja competências mediáticas, interligadas, transversais e aplicáveis a diferentes áreas e contextos da Educação para os Media: *criação, pensamento crítico, interação e networking, e participação*. A partir destas competências, desenvolvemos uma série de indicadores definidos por duas dimensões comuns: *análise e expressão*. Estas dimensões englobam um conjunto de indicadores, ao mesmo tempo que descrevem e identificam aspetos distintos, mas interligados, do processo de desenvolvimento das respetivas competências, pretendendo ser universais e adaptáveis a diferentes contextos educativos e formativos. Este modelo, além de representar a conceção de Literacia Mediática que fundamenta o conjunto de atividades produzido, permite também identificar, por cada atividade proposta, os indicadores envolvidos e, por conseguinte, as competências desenvolvidas e/ou fortalecidas.

É consensual entre educadores e académicos que a utilização dos instrumentos criativos disponibilizados pelos novos media para expressar ideias e representar concretamente o conhecimento, contribui para o desenvolvimento de uma plena Literacia Mediática (Buckingham & Burn, 2007). A primeira das quatro competências apresentadas é a *criação*, constituída pela *análise* e pela *expressão* (Ferrés & Piscitelli, 2012). A *análise* liga-se principalmente ao conhecimento da linguagem utilizada por diferentes media, e às funções que cada meio desempenha na sociedade da informação, encontrando-se estritamente dependente da capacidade de ler, interpretar e interligar as mensagens e os conteúdos mediáticos. A *expressão*

diz respeito às características do novo contexto digital, que disponibiliza infinitos instrumentos criativos, estimulando as novas gerações para um novo tipo de produção, partilhada e *transmedia* (Jenkins *et al.*, 2010). Permite, também, tornar estas criações acessíveis a outros usuários, num lento e delicado processo de transformação do consumidor em *prosumers* (Scolari, 2011). Como nos lembra Henry Jenkins (2005), os *users generated content* são a componente mais vívida desta capacidade de *expressão criativa* das novas gerações. Porém, esta capacidade precisa de ser integrada num sistema educativo que favoreça o desenvolvimento de uma produção mediática criativa, responsável e participativa, e necessita do sustento de outras competências, culturais e sociais.

O *pensamento crítico* refere-se à capacidade de juízo, análise e crítica dos conteúdos mediáticos, de interpretação e descodificação dos códigos e das linguagens que os constituem (Pérez Tornero, 2000; Ferrés & Piscitelli, 2012), assim como das fontes de informação e de diferentes situações e contextos comunicativos. O desenvolvimento desta competência passa, por um lado, pela recuperação de instrumentos semióticos relativos “à codificação e descodificação de mensagens elaborados por códigos expressivos diferentes” (Petrella, 2012: 211). Por outro lado, passa pelo aprofundamento dos contextos de produção dos conteúdos mediáticos, das perspetivas dos seus produtores e das suas finalidades. Em outras palavras, neste contexto, torna-se fundamental formar cívica e culturalmente as novas gerações para que possam desenvolver a capacidade:

“(...) de distinguir informação útil da não útil, a verdadeira da falsa; compreender que as mensagens dos media são construções com determinados objetivos; compreender o papel económico, político, social e cultural dos media na comunidade local e global.” (Pereira, 2000a: 28).

Para Pérez Tornero (2004), esta capacidade de leitura crítica e de juízo favorece a aquisição de mais e melhores competências técnicas, permitindo não só avaliar e questionar conteúdos e contextos mediáticos, como também melhorá-los e inová-los.

Com *interação e networking*, referimo-nos à capacidade de relacionamento com e através dos media, a partir da auto-avaliação e controlo do próprio consumo mediático, até à gestão da interação *online/offline*. Fortemente ligada ao desenvolvimento do *pensamento crítico*, esta competência, do ponto de vista da *análise*, consiste em saber procurar, selecionar e confrontar informações e mensagens dentro da própria rede relacional e das comunidades *online* onde se encontra inserido, além de saber compreender as ideias, os valores e as regras, éticas e legais, que as constituem. Desta forma, o usuário poderá navegar com sucesso entre as várias

comunidades da rede, interagindo nelas de forma ativa e crítica (Ferrés & Piscitelli, 2012). Sobressai, por isso, a necessidade de promover a capacidade de gerir a própria identidade *online/offline* de forma responsável e transparente e, ao mesmo tempo, sensibilizar para os riscos e perigos que uma navegação por experiência e descoberta pode proporcionar (Harel, 2002). Num universo digital que redefine a nossa experiência de espaço e de tempo (Castells, 2002), torna-se também relevante a capacidade de interpretar mensagens oriundas de diferentes países e culturas, acrescentando o próprio capital social, cultural e o da rede (Petrella, 2012), favorecendo o diálogo intercultural e contribuindo para a criação e construção de novas redes colaborativas *online* (Levy, 2006).

A quarta competência, *participação*, consiste na capacidade de participar autónoma e ativamente na vida pública, utilizando de forma crítica e eficaz as ferramentas e os espaços proporcionados pelos media. Cruzando-se com as outras competências, a *participação*, do ponto de vista da *expressão*, corresponde à capacidade de selecionar e partilhar informação relevante para o conhecimento e discussão pública, e à utilização dos media para transmitir valores e contribuir para a melhoria do contexto em que agimos (Ferrés & Piscitelli, 2012). O sistema educativo, a família e todos os atores sociais, são chamados a um importante trabalho sinérgico, cujo objetivo deve ser contribuir para a formação de uma identidade social e de uma cultura cívica das novas gerações (Livingstone, 2003). É necessário promover o conhecimento dos direitos, deveres e responsabilidades enquanto cidadãos, no que se refere aos serviços *e-government* e às plataformas para a discussão e participação civil direta (Gomes, 2005). O mesmo se aplica à regulação mediática e às autoridades reguladoras, numa dinâmica de responsabilização social que habilite para uma participação na vida pública (Bréda, 2009; Jenkins *et al.*, 2010; Petrella, 2012). **Notas finais**

O quadro teórico, anteriormente referido, deu origem ao *booklet Tratar os Media por Tu: Guia Prático de Educação para os Media*. Este instrumento destina-se às crianças a frequentar o 1º, 2º e 3º ciclos do ensino básico, embora envolva professores, a família ou outros interessados em integrar as 25 atividades propostas. Cada uma delas integra o respetivo título, o público-alvo (discriminado por ciclos escolares), os objetivos a atingir, a descrição detalhada da atividade e os recursos/materiais necessários à sua execução em sala de aula. Além disso, contempla uma proposta de exercícios a serem concretizados em casa com pais, irmãos e/ou outros familiares, com o intuito de ir ao encontro de um dos objetivos fundamentais deste estudo: promover a educação para os media através da realização de práticas que interliguem os principais

contextos da vida das crianças. O *booklet* inclui, ainda, fichas de exercícios que servem como complemento das atividades, ao sugerirem questões, ou outras tarefas, que facilitam a sua colocação em prática.

Referências Bibliográficas

- Bernardes, F. (2012) Condicionantes que interfieren en la dinámica familiar en torno a las Pantallas. In: Jiménez, A. (ed.) (2012) *Comunicación, Infancia y Juventud*. Barcelona: Editorial UOC, pp.333-348.
- Bréda, I. (2009) The new school media: digital skills and critical skills. In: EuroMeduc - Media literacy in Europe Controversies, challenges and perspectives. [http://www.euromeduc.eu/IMG/pdf/Euromeduc_ENG.pdf, acedido em 29/11/2011].
- Buckingham, D. & Burn, D. (2007) Game literacy in theory and practice, *Jl. of Educational Multimedia and Hypermedia*, Vol. 16, no. 3, pp. 323-349.
- Buijzen, M., Molen, J. & Sondji, P. (2007) Parental mediation of children`s emotional responses to a violent news event, *Communication Research*, 34(2):212-230.
- Castells, M. (2003) *O fim do milénio*. Lisboa: FCK.
- Comissão Europeia (2009) *Recomendação da Comissão Europeia sobre literacia mediática no ambiente digital para uma indústria audiovisual e de conteúdos mais competitiva e uma sociedade do conhecimento inclusiva*, 20 de agosto de 2009 (2009/625/CE). [<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:227:0009:0012:PT:PDF>, acedido em 3/04/2011].
- Celot, P. & Pérez Tornero, J. M. (2009) Study on assessment criteria for media literacy levels. [http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/studies/eavi_study_assess_crit_media_lit_levels_europe_finrep.pdf, acedido em 23/12/2011].
- Ferrés J. & Piscitelli, A. (2012) La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores, *Comunicar*, no. 38, pp. 75-82.
- Gomes, W. (2005) A democracia digital e o problema da participação civil na decisão política, *Revista Fronteiras*, Vol. VII, no. 3, pp. 214-222.
- Gonnet, J. (2007) *Educação para os media: as controversas fecundas*. Porto: Porto Editora.
- Harel, I. (2002) Learning new media literacy: a new necessity for the young clickerati generation, *Telemidium. The journal of Media Literacy*, Vol. 48, no. 1, pp. 17-26.
- Jenkins, H. (2005) Buy these problems because they're fun to solve! A conversation with Will Wright, *Telemidium: the journal of media literacy*, Vol. 52, no. 1-2, pp. 21-32.
- Jenkins, H. (2010) Purushotma, R., Weigel, M., Clinton, K. & Robinson, A. *Culture participative e competenze digitali*. Milano: Guerini.
- Lazo, C. (2005) *Agentes Mediadores y Responsables del Consumo Infantil de Televisión: Familia, Escuela y Medios de Comunicación*, *Revista Comunicación y Hombre*, (1):19-34.
- Levy, P. (2006) *L'intelligenza collettiva*. Per

un'antropologia del cyberspazio. Milano: Feltrinelli. Livingstone, S. (2003) The changing nature and uses of media literacy, MEDIA@LSE Electronic Working Paper, no.4 [http://eprints.lse.ac.uk/13476/1/The_changing_nature_and_uses_of_media_literacy.pdf, acedido em 12/09/2010]. Pereira, L. (2011) Concepções de literacia digital nas políticas públicas – estudo a partir do Plano Tecnológico de Educação, Tese de Doutoramento em Ciências da Comunicação, Especialidade Educação para os Media.

Pereira, S. (2000a) A Educação para os media hoje: alguns princípios fundamentais, Cadernos do Noroeste. Série de Comunicação, 14(1-2): 669-674. [http://hdl.handle.net/1822/3962, acedido em 21/11/2010].

Pereira, S. (2000b). Educação para os media e cidadania, Cadernos de Educação de Infância, 56: 27-29. Pérez Tornero, J. M. (2000) (ed.) Comunicação e educação na sociedade da informação. Porto: Porto Editora. Pérez Tornero, J. M. (2004) Promoting digital literacy – Final Report. Understanding digital literacy.

[http://ec.europa.eu/education/archive/elearning/doc/studies/dig_lit_en.pdf., acedido em 7/12/2011]. Pérez Tornero, J. M. (2007) Current trends and approaches to media literacy in Europe – Final Report. Comissão Europeia.

[http://www.mediamilion.com/wp-content/uploads/2011/05/Estudio_Current-trends-and-

approaches-ML-in-Europe.pdf, acedido em 12/03/2012]. Petrella, S. (2012) Repensar competências e habilidades para as novas gerações. Propostas para uma nova literacia mediática, Revista Comunicando, Vol. 1, no. 1, pp. 205-222. Pinto, M. (2003) Correntes da educação para os media em Portugal: retrospectiva e horizontes em tempos de mudança, Revista Ibero-Americana de Educação, no. 32, Maio – Agosto 2003.

[http://www.rieoci.org/rie32a06.htm, acedido em 04-04-2013]. Pinto, M., Pereira, S., Pereira, L. & Ferreira, T. (2011) Educação para os media em Portugal: Experiências, actores e contextos. Lisboa: ERC. Scolari, C. A. (2011) Narratives, languages and media in the context of interactive digital technologies, Matrizes, Vol. 4, no. 2, pp. 127-136.

Anexos

Anexo1: capa *Tratar os Media por Tu*



Anexo 2: Exemplos de ficha de atividades

ATIVIDADE 2

CONHECER A ATUALIDADE



1º, 2º e 3º ciclos

Objetivo:

Estimular o aluno para o debate sobre a atualidade, incentivar o aluno para o consumo de notícias, promover o intercâmbio de opiniões e experiências ligadas aos conteúdos noticiosos, refletir em torno da importância das notícias no nosso

Descrição da atividade

- *Propõe-se que o professor divida a turma em vários grupos, de modo a que os alunos possam trocar ideias e opiniões sobre as suas práticas de consumo de notícias, os seus interesses, expectativas e grau de conhecimento face à informação.*
- *O professor pode recorrer ao auxílio da ficha de exercícios, de forma a introduzir no debate as questões aí propostas.*



Recursos necessários:

- Revistas/
- Computador com acesso à internet
- Jornais/ televisão/ rádio

Em família:



Diariamente, o aluno pode promover debates sobre as notícias do dia, incentivando a participação dos pais ou de outros familiares.

FICHA DE ATIVIDADES

**CONHECER
A ATUALIDADE**

1. Costumas seguir as notícias?

2. Por que motivo segues as notícias?

3. Quais são as notícias sobre as quais mais ouves falar?

4. Quais são, para ti, as notícias mais importantes?

5. Quais são os temas que mais te interessam e que mais te preocupam?

6. Achas que aquilo que é transmitido nos noticiários é real?
