TRABALHO COMPLETO
FULL PAPER
XXVII SEPE
Simpósio de Ensino, Pesquisa e Extensão
Teaching, Research and Extension Symposium
24 A 26 DE OUTUBRO 2023
OCTOBER 24th to 26th, 2023
ISSN: 2316-9745
CIÊNCIA E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL
SCIENCE AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT
UFN
Universidade Franciscana
Franciscan University
https://doi.org/10.48195/sepe2023.27109

LETRAMENTO MIDIÁTICO: CAPACITANDO INDIVÍDUOS NA SOCIEDADE DIGITAL.

Alice Melo Xavier[1]; Taís Steffenello Ghisleni[2]; Graziela Frainer Knoll[3].

RESUMO

Atualmente, as informações circulam principalmente online, resultando na proliferação de diversos dados na Internet, graças à contribuição de diversos usuários. Isso, por um lado, enriquece o conhecimento, mas, por outro, dissemina informações de caráter duvidoso. Portanto, o letramento midiático, que abrange a habilidade de interpretar dados, revela-se fundamental. Neste estudo, exploramos a relação entre o letramento midiático e a atual realidade digital, analisando conceitos e enfatizando sua importância para inclusão social e desenvolvimento crítico dos indivíduos. Para atingir esse propósito, adotamos uma abordagem qualitativa, empregando o método de revisão bibliográfica para compilar teorias que abordam o tema e suas implicações.

Palavras-chave: Educação digital; competências digitais; conteúdo.

ABSTRACT

Currently, information circulates mainly online, resulting in the application of diverse data on the Internet, thanks to the contributions of various users. This, on the one hand, enriches knowledge, but, on the other, disseminates information of a dubious nature. Therefore, media literacy, which encompasses the ability to interpret data, proves to be fundamental. In this study, we explore the relationship between media literacy and the current digital reality, analyzing concepts and emphasizing their importance for social inclusion and critical development of individuals. To achieve this purpose, we adopted a qualitative approach, using the bibliographic review method to compile theories that address the topic and its implications.

Keywords: Digital education; digital skills; content.

Eixo Temático: Educação, Cultura e Comunicação (ECC)

[1] Graduanda no curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Franciscana. Bolsista PIBIC-CNPq 2023/2024. E-mail: alicemeloxavier@gmail.com
[2] Doutora. Professora no curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Franciscana. Coorientadora. E-mail: taisghisleni@yahoo.com.br
[3] Doutora. Professora no no curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Franciscana. Orientadora. E-mail: grazi.fknoll@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

A inserção de novas tecnologias e plataformas sociais diversifica os formatos das mensagens, exigindo atualizações rápidas para compreender e responder aos estímulos. Ter acesso às chamadas mídias não garante as habilidades necessárias para uma experiência eficaz (FERRARI; MACHADO; OCHS, 2020). Além da presença e alcance, é essencial possuir maturidade e responsabilidade ao utilizar as ferramentas disponíveis. Isso se deve aos novos papéis dos espectadores, os quais, conforme Strutzel (2015), passaram de uma posição passiva para a de produtores e receptores de conteúdo simultaneamente.

A Unesco (Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura) destaca a relevância do direito à comunicação e a necessidade de alfabetização midiática e informacional para auxiliar na tomada de decisões conscientes pela população. Dessa forma, o propósito deste estudo é conectar o conceito de letramento midiático ao cenário digital contemporâneo. Para isso, serão analisados os conceitos relacionados ao letramento midiático, abordando a relevância dessa competência como uma perspectiva de inclusão social e desenvolvimento do pensamento crítico dos indivíduos na atualidade.

Nesse sentido, este estudo adota uma abordagem exploratória, utilizando a técnica de revisão bibliográfica, que se baseia em materiais já existentes. De acordo com Gil (2008), esse método permite ao pesquisador investigar e organizar diversos fenômenos dispersos, visando a reunião e conexão de conhecimentos sobre o letramento midiático aplicado no contexto brasileiro.

2. DO LETRAMENTO AO LETRAMENTO MIDIÁTICO

Muitas pessoas associam letramento às habilidades fundamentais do processo de alfabetização, ou seja, ler e escrever. Embora essas habilidades sejam cruciais para a interação social, é necessário ir além de suas formas mais básicas. Segundo Wilson *et al.* (2016) a alfabetização não se limita à simples aquisição dessas habilidades, ela envolve a capacidade de usar a informação de maneira

significativa. Isso confere ao indivíduo a capacidade de fazer escolhas informadas e tomar decisões baseadas no conhecimento adquirido.

Segundo Jenkins (2006), não se pode presumir que alguém que consome conteúdo midiático seja automaticamente alfabetizado nesse meio. Portanto, uma educação que aborde a compreensão dos estímulos midiáticos é essencial, levando ao surgimento do conceito de alfabetização ou letramento midiático. A Unesco define o conceito como “a capacidade de decodificar, analisar, avaliar e produzir comunicações de diversas formas”.(Wilson *et al.* , 2016, p. 186), sendo essas ações realizadas por meio de ferramentas digitais.

A partir deste ponto, iremos discorrer sobre duas perspectivas dos elementos formadores do conceito de letramento midiático. A primeira perspectiva é proposta por Buckingham (2010) e coloca quatro aspectos que dão base ao conceito, sendo estes intitulados como representação, língua, produção e audiência. Já Ferrari, Machado e Ochs (2020) propõem três competências formadoras para o letramento midiático, intituladas como ler, escrever e participar.

Buckingham (2010) define o aspecto representação como uma representação como uma representação do mundo real, de forma que o ponto de vista daqueles que fazem a comunicação acaba sendo abordado neste material. Já o aspecto da língua (Buckingham, 2010) tange ao uso e compreensão desta, considerando além dos códigos, também observando suas convenções de uso.

Os aspectos da produção e da audiência (Buckingham, 2010) são interligados, pois falam no papel de emissor/receptor. O aspecto de produção para o autor envolve “saber quem está comunicando para quem e por quê” (Buckingham, 2010, p. 50), ou seja, a intenção e foco pela qual a comunicação foi criada. Já o aspecto audiência envolve questões pertinentes à postura do usuário como receptor das informações e qual conduta este adotará ao navegar pelas informações.

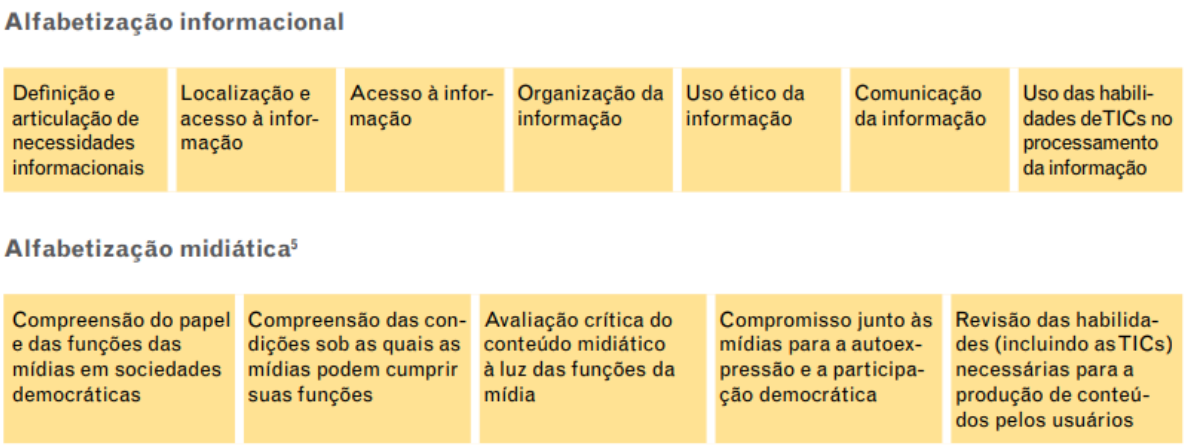
Paralelamente, a teoria proposta por Ferrari, Machado e Ochs (2020) coloca o chamado eixo de leitura como responsável pelo aprimoramento de habilidades de análise crítica e seleção, permitindo a compreensão do conhecimento e a avaliação da qualidade das informações obtidas. Já o eixo de escrita (Ferrari; Machado; Ochs, 2020) é ligado a questões de auto expressão e às habilidades de produção de mensagens em diversos formatos, incluindo o uso de ferramentas conforme o

necessário. Por fim, o eixo de participação (Ferrari; Machado; Ochs, 2020) tem ligação à fluência digital e à capacidade de criar um repertório básico de habilidades, permitindo ao usuário a criação, seleção e compartilhamento de conteúdos à sua escolha.

Embora disponham de formas diferentes quanto à organização do conceito, Buckingham (2010) e Ferrari, Machado e Ochs (2020) concordam que a alfabetização midiática vai além de simplesmente saber usar um computador ou smartphone e fazer buscas na Internet, embora essas habilidades sejam a base inicial. É essencial possuir uma compreensão crítica dos conteúdos consumidos e produzidos.

A alfabetização midiática é frequentemente confundida com a alfabetização informacional, que envolve a "habilidade de reconhecer, localizar, avaliar e utilizar informações eficazmente, assim como comunicá-las em diversos formatos" (Wilson *et al*, 2016, p.185). Alguns consideram a alfabetização informacional como parte da alfabetização midiática e vice-versa, embora ambos sejam complementares. A Unesco denomina essa combinação de Alfabetização Midiática e Informacional (AMI), que engloba competências de ambos os conceitos para reconhecer a importância de várias formas de mídia e conhecimento. Dessa forma, a organização acredita que entender de processos comunicacionais é uma forma de permitir ao indivíduo acesso às estruturas sociais.

Figura 1: Resultados e elementos da alfabetização midiática e informacional



Fonte: Adaptado de Adaptado de Ralph Catts e Jesus Lau (2008) por Wilson et al. (2013, p. 18).

A partir da figura 1, observa-se que existem duas perspectivas fundamentais no contexto da alfabetização informacional e midiática. Por um lado, a alfabetização informacional destaca a relevância do acesso à informação e a avaliação crítica do uso ético das informações. Por outro lado, a alfabetização midiática enfatiza a habilidade de compreender as diferentes funções desempenhadas pela mídia, avaliar de que maneira essas funções são executadas e interagir de forma racional com os meios de comunicação, visando à expressão pessoal e consciente.

Neste contexto, Wilson *et al.* (2013, p. 16) destacam que o artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos estabelece que “Todo ser humano tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de opinar livremente e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios, independentemente de fronteiras”. Devido a essa razão, a educação em mídia e informação (EMI) desempenha um papel crucial, uma vez que capacita os indivíduos com as competências fundamentais necessárias para buscar e desfrutar plenamente os privilégios associados a esse direito humano fundamental.

2. FENÔMENOS DIGITAIS E O LETRAMENTO MIDIÁTICO

O meio digital apresenta uma vasta gama de fenômenos próprios, sendo apresentados aqui os conceitos pertinentes à criação, interpretação e compartilhamento de informações. Os conceitos trabalhados incluem infodemia, economia da atenção, desinfodemia e *fake news*. Acreditamos que o trato da informação estimulado pelo letramento midiático pode auxiliar a enfrentar os desafios na curadoria e distribuição informacional.

Com o alto número de conteúdo produzido, enfrentamos o que é chamado de uma infodemia, ou seja, o “ambiente de excesso de informações, nem sempre de qualidade, que faz com que as pessoas tenham mais dificuldade para encontrar fontes e orientações confiáveis quando precisam" (Ferrari; Machado; Ochs, 2020, p. 21). Ao ser confrontado pela quantidade de informações, o usuário pode acabar confuso e vulnerável a informações duvidosas.

A alta proliferação de dados deu origem a uma economia da atenção, onde a atenção dos usuários é disputada por criadores de conteúdo, empresas e outras

organizações. De acordo com Gabriel (2018, p.41), "a atenção é um recurso finito e, à medida que a quantidade de informações aumenta no nosso entorno, não conseguimos focar em tudo". Esse fenômeno leva os usuários da Internet a percorrerem o conteúdo rapidamente, o que, segundo a autora, resulta em um consumo superficial de informações.

No meio deste alto consumo de informações, podem estar presentes informações duvidosas, não totalmente verídicas ou completamente errôneas. Neste espaço se encontram os conceitos de desinfodemia e *fake news,* que embora possam ser confundidos, não são sinônimos um do outro.

O termo "desinfodemia" se refere, resumidamente, a uma grande quantidade de informações falsas que têm como objetivo confundir e enganar a população (Posetti; Bontcheva, 2021). Essas informações frequentemente se misturam a conteúdos verdadeiros ou imitam o estilo de fontes confiáveis em quesitos como texto, por exemplo. Essas informações não necessariamente foram produzidas para enganar, podem ser apenas informações equivocadas por parte do emissor.

Já o conceito de *fake news* diz respeito à disseminação intencional de informações falsas com o propósito de obter benefícios, sejam eles financeiros, políticos ou de visibilidade (Gabriel, 2021, p.120). Enquanto as notícias falsas são uma forma de desinformação, sua distinção reside na clara intenção por trás de sua divulgação e na busca por ganhos específicos.

A disseminação de informações também é influenciada pelo conceito de pós-verdade, onde as pessoas tendem a negligenciar fatos verdadeiros, priorizando suas crenças pessoais (Gabriel, 2018, p.123). Esse fenômeno, conforme apontado por Gabriel (2018), está ligado ao viés cognitivo de confirmação, levando as pessoas a selecionarem fatos que sustentem suas crenças, ignorando informações contraditórias. Esse cenário é preocupante, pois pode levar a uma ampliação de ideias potencialmente falsas, ganhando relevância social sem uma base sólida.

Apesar da crescente popularidade do uso digital na sociedade, é crucial reconhecer que a proficiência nas práticas digitais varia consideravelmente entre a população. Essas habilidades podem abranger uma ampla gama de níveis, que vão desde o patamar mais básico, caracterizado pelo analfabetismo digital, até o patamar mais avançado de fluência digital, que engloba não apenas a habilidade de

utilizar ferramentas digitais, mas também a capacidade de avaliar criticamente os conteúdos que são consumidos e produzidos.

A partir disso, é possível dizer que o letramento midiático ganha relevância em múltiplas perspectivas. Atualmente, o conceito desempenha um papel crucial ao estimular a capacidade de discernimento em relação às informações consumidas e criadas, bem como ao promover competências tanto elementares como avançadas no uso das tecnologias e na sua incorporação à vida diária. Logo, o letramento midiático assume um papel fundamental para garantir que a sociedade usufrua das ferramentas digitais de maneira segura e benéfica.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em um mundo cada vez mais digitalizado, o letramento midiático assume uma relevância fundamental para capacitar os indivíduos a ocuparem seu espaço na sociedade contemporânea. A habilidade de compreender, interpretar e criar conteúdo midiático não se limita apenas a uma competência técnica, mas também abrange a capacidade crítica de discernir informações precisas, avaliar fontes e navegar com segurança através de um mar de dados.

Neste trabalho, analisamos o conceito de letramento midiático sob duas vertentes teóricas, mas ambas concordam que o conceito não apenas empodera os indivíduos para serem participantes ativos e responsáveis no ambiente digital, mas também lhes permite evitar os perigos das informações enganosas e manipuladoras que podem proliferar nesse cenário.

Ao cultivar essa aptidão, as pessoas se tornam mais preparadas para tomar decisões informadas, contribuir para o diálogo público e proteger a si mesmas e aos outros de possíveis riscos. Portanto, o letramento midiático não se limita à mera proficiência tecnológica; ele é um guia essencial para navegar com confiança e discernimento em uma sociedade cada vez mais digitalizada.

AGRADECIMENTOS

O presente trabalho foi realizado com apoio da Fundação de Ampara à Pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul (Fapergs). Também agradeço ao

Laboratório de Pesquisa em Comunicação do curso de Publicidade e Propaganda (Lapec) e às minhas orientadoras Dra. Graziela Frainer Knoll e Dra. Taís Steffenello Ghisleni pelo constante aprendizado.

REFERÊNCIAS

BUCKINGHAM, David. Cultura digital, educação midiática e lugar da escolarização. **Educação & Realidade** , v. 35, n. 3, pág. 37-58, 2010.

GABRIEL, Martha. **Você, eu e os robôs.** São Paulo: Atlas, 2018.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6° ed. São Paulo: Atlas, 2008.

FERRARI, Ana Claudia; MACHADO, Daniela; OCHS, Mariana. **Guia da educação midiática.** São Paulo: Instituto Palavra Aberta, 2020.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2006

POSETTI, Julie; BONTCHEVA, Kalina. Infodemia: a desinformação e a alfabetização midiática no contexto da COVID-19. **Panorama Setorial da Internet**, v. 13, 2021.

STRUTZEL, Tércio. **Presença digital.** Rio de Janeiro: Alta Books, 2015.

WILSON, Carolyn et al.. **Alfabetização midiática e informacional:** currículo para formação de professores. Brasília: UNESCO, UFTM, 2013.