

Desafios da formação em competência midiática no Observatório da Qualidade no Audiovisual

*Challenges of training in media competence no Observatório da
Qualidade no Audiovisual*

*Retos de la formación en competencia mediática en el Observatorio de
la Calidad Audiovisual*

Gabriela BORGES

Universidade Federal de Juiz de Fora

gabriela.borges@ufjf.edu.br

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 146, abril-julio 2021 (Sección Monográfico, pp. 217-234)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 07-12-2020 / Aprobado: 22-02-2021

Resumo

Este artigo apresenta uma proposta teórico-metodológica de formação de profissionais de comunicação desenvolvida no Observatório da Qualidade no Audiovisual na Universidade Federal de Juiz de Fora, Brasil. A partir de pesquisa empírica com estudantes universitários e profissionais de comunicação (Borges & Silva, 2019) e dos estudos de Ferrés e Piscitelli (2015) sobre a competência midiática e de Scolari (2016; 2018a) sobre literacia transmídia, desenvolvemos uma proposta de formação de alunos para a produção de conteúdos para multiplataformas. Produzimos séries audiovisuais e sonoras nos canais de comunicação do Observatório da Qualidade no Audiovisual (2020) que evidenciam um conjunto de novas competências e proporcionam novos olhares sobre os sujeitos, as tecnologias, a comunicação e a educação.

Palavras-chave: Observatório da Qualidade no Audiovisual; competência midiática; literacia midiática; formação em audiovisual.

Abstract

This article presents a theoretical-methodological proposal for the training of communication professionals developed at the Observatory of Audiovisual Quality at the Federal University of Juiz de Fora, Brazil. Based on empirical research with university students and communication professionals (Borges & Silva, 2019) and the studies of Ferrés and Piscitelli (2015) on media competence and Scolari (2016; 2018a) on transmedia literacy, we developed a proposal for training students to produce content for multiplatforms. We produce audiovisual and sound series on the communication channels of the Observatory of Audiovisual Quality (2020) that show a set of new skills and provide new perspectives on subjects, technologies, communication, and education..

Key words: Observatory of Audiovisual Quality; media competence; media literacy; audiovisual training

Resumen

Este artículo presenta una propuesta teórico-metodológica para la formación de profesionales de la comunicación desarrollada en el Observatorio de la Calidad Audiovisual de la Universidad Federal de Juiz de Fora, Brasil. Con base en la investigación empírica con estudiantes universitarios y profesionales de la comunicación (Borges & Silva, 2019) y los estudios de Ferrés y Piscitelli (2015) sobre competencia mediática y Scolari (2016; 2018a) sobre alfabetización transmedia, desarrollamos una propuesta de formación de estudiantes para producir contenidos para multiplataforma. Producimos series audiovisuales y sonoras en los canales de comunicación del Observatorio de la Calidad

Audiovisual (2020) que muestran un conjunto de nuevas habilidades y aportan nuevas perspectivas sobre sujetos, tecnologías, comunicación y educación..

Palabras clave: Observatorio de la Calidad Audiovisual; competencia mediática; alfabetización mediática; formación audiovisual

1. Introdução

De modo geral, nos primeiros anos dos cursos de comunicação ensina-se o pensamento dos teóricos da comunicação que trabalham na vertente da escola latinoamericana da comunicação, os quais estão muito preocupados com os aspectos relacionados com a análise crítica e reflexiva da mídia. Observa-se que, em termos teóricos, os alunos compreendem os conceitos nas disciplinas de teorias de comunicação do curso de Jornalismo ou Rádio, Televisão e Internet da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, mas não necessariamente conseguem aplicá-los no final do curso, quando desenvolvem o Trabalho de Conclusão de Curso. Percebe-se que a formação do olhar do comunicador nem sempre está associada à prática profissional, ou seja, apesar de terem uma leitura crítica da mídia, produzem conteúdos para as disciplinas do currículo universitário mimetizando práticas da indústria audiovisual, principalmente jornalística, muitas vezes de forma estereotipada e acrítica.

Com este diagnóstico, foi formulada uma proposta de formação pautada na sensibilização dos alunos para o entendimento da correlação intrínseca entre a teoria e a prática audiovisual e a importância do desenvolvimento da literacia midiática não apenas como ferramenta para a análise crítica de mídia, mas também como parte integrante da produção criativa presente no fazer audiovisual dos profissionais de comunicação.

Neste sentido, este artigo procura refletir sobre a experiência da produção de conteúdos para multiplataformas, de caráter experimental, do Observatório da Qualidade no Audiovisual, a partir do diálogo com os estudos de Ferrés e Piscitelli (2015); Scolari (2016; 2018a). A partir deste referencial teórico, trabalhamos os âmbitos da análise crítica e da expressão criativa das dimensões tecnologia, linguagem, estética, ideologia e valores, processos de interação e processos de produção e difusão da competência midiática na pré-produção e produção dos conteúdos e as estratégias de aprendizagem informal relacionadas a aprender fazendo, resolver problemas, imitar/simular, jogar, avaliar e ensinar no modo de trabalho autônomo e na responsabilização dos alunos produtores na organização das atividades dos grupos de produção criativa.

A questão que norteia esta proposta é a seguinte: como trabalhar o olhar e a prática audiovisual para não mimetizar clichês e estereótipos nos modos de se contar histórias e de elaborar narrativas por meio de imagens e sons desenvolvendo assim as dimensões da competência midiática? A partir dela desenvolvemos a formação dos alunos no Observatório da Qualidade no

Audiovisual, que centra-se justamente na formação do olhar crítico e reflexivo associada à prática audiovisual experimental.

As reflexões se iniciam a partir dos resultados da pesquisa sobre o mapeamento da competência midiática de jovens universitários da comunicação realizada entre 2015 e 2019 (Borges & Silva, 2019); da pesquisa realizada com profissionais de comunicação na cidade de Juiz de Fora no estado de Minas Gerais, Brasil e da prática docente, que nos indicam que é necessário haver mudanças na formação acadêmica e científica dos novos profissionais de comunicação, tendo em conta o atual processo de convergência de mídias e as alterações pelas quais a cultura digital está passando.

2. Proposta teórico-metodológica de formação

Autores como Jenkins, Green e Ford (2014) apontam para a importância de se pensar o papel do profissional de comunicação e os constantes desafios que enfrentam no atual ambiente de convergência, em que as relações entre produtores e consumidores estão cada vez mais imprecisas.

Na pesquisa Competências midiáticas em cenários brasileiros e euroamericanos realizada com 626 universitários, de instituições públicas e privadas de 15 cidades brasileiras observamos alguns resultados que nos auxiliaram na reflexão aqui apresentada (Silva, Vieira Venicio, 2019, p. 97). Os universitários se autoavaliaram com um conhecimento médio (70%) e alto (24%) em relação às tecnologias da comunicação e informação e apontam que adquiriram estes conhecimentos de forma autodidata (64,7%) ou com companheiros e amigos (61%). Quando questionados sobre o grau de conhecimento sobre as plataformas digitais, a maioria afirmou ter mais conhecimento (grau 4 numa escala de 1 a 4) sobre o Facebook (72,5%), seguido de Google (62,8%), YouTube (50%) e Instagram (47,8%), enquanto afirma ter menos conhecimento (grau 1) sobre a edição de páginas web (51,6%), blogs (41,7%) e Twitter (43,1%). Em relação aos conteúdos audiovisuais, a maioria indicou ter mais conhecimento (grau 4) sobre o compartilhamento de imagens (67%) e vídeos (57%), enquanto a criação de vídeo (32%) e a edição de imagens (41%) foram assinalados como grau 3. Já a criação de páginas (55%), blogs (36%) e canais no YouTube (32%) foram indicados pelos universitários como sendo os que eles se sentem com menos capacidade para atuar.

Os resultados apontam que o desenvolvimento da dimensão tecnologia da competência midiática é bastante avançado, pois os universitários sabem manusear as plataformas digitais, porém ainda têm pouco conhecimento quando se refere à criação de conteúdos. Além disso, outras dimensões como ideologia e valores, estética e processos de interação ainda precisam ser mais trabalhadas para que melhorem o nível de competência midiática.

Outros estudos desenvolvidos pela Rede Alfamed Brasil (Borges et al., 2020) e também em nível internacional (Pereira & Moura, 2019a; Amaral, Reis, Lopes

& Quintas, 2017; Ofcom, 2016; EU Kids Online, 2020) apontam para os mesmos resultados em relação ao domínio do uso da tecnologia por crianças e jovens. O relatório da Unicef (2020) indica que, em nível global, 63% de jovens entre 15 e 24 anos não têm acesso à internet. Pesquisa realizada por Pereira, Pinto e Moura (2015) em Portugal também confirma que as maiores lacunas entre os jovens usuários de mídia (17 e 18 anos) estão relacionadas com a análise, avaliação e produção de conteúdos, reafirmando o argumento desenvolvido neste artigo de que o acesso e o uso da tecnologia midiática não garantem o desenvolvimento das dimensões da competência midiática. Por outro lado, pesquisa espanhola (Martínez, Fortuño, & Vidal, 2016) sobre o uso das redes sociais pelos estudantes universitários e o uso de comunidades de aprendizagem no Instagram (Izquierdo-Iranzo & Gallardo-Echenique, 2020) aponta para um crescente aumento do uso das redes sociais com fins pedagógicos.

Na pesquisa realizada com os profissionais de comunicação da cidade de Juiz de Fora (Guida, Meyer, & Americano, 2019), muitos deles formados pela UFJF, duas questões chamaram a atenção em relação ao uso da tecnologia e o entendimento da literacia midiática no exercício da cidadania. As questões foram respondidas num questionário de múltipla escolha, carecendo ainda de mais aprofundamento, mas nos deixam pistas sobre o potencial de desenvolvimento desta área tanto junto aos formandos quanto aos profissionais.

Os 56 profissionais que responderam à pesquisa acreditam que para promover a alfabetização digital nas diferentes telas de dispositivos móveis é muito importante abordar valores éticos e ideológicos (69,64%), colaborar com a distribuição da informação (64,3%) e ter recomendação sobre prevenção de riscos (55,4%). Em relação ao conhecimento da tecnologia, 37,5% consideram muito importante, enquanto 48,21% avaliam apenas como importante.

Porém, ressaltamos que 92,9% dos respondentes consideram que o desenvolvimento e a formação em competências digitais é muito importante para os profissionais de comunicação, enquanto um percentual bem menor, apenas 39,3% indicam que também é muito importante para a cidadania em geral. Este é um ponto chave do estudo da literacia midiática e tem sido desenvolvido, por exemplo, na Comissão Europeia (2019; Carretero, Vuorikari, & Punie, 2017) a partir de resoluções e projetos para a elaboração de políticas públicas que garantam que estas competências sejam desenvolvidas ao longo da vida.

Neste sentido, é importante investir na discussão sobre o reflexo do desenvolvimento das dimensões da competência midiática para o exercício da cidadania junto aos profissionais de comunicação, pois a mídia, ao construir discursos e relatos sobre a realidade, tem um papel muito importante no modo como as pessoas constroem as suas visões de mundo. Os profissionais devem, assim, estar atentos para construir perspectivas plurais na elaboração dos produtos midiáticos, a fim de poderem contribuir para que os cidadãos

desenvolvam as suas competências comunicativas e possam efetivamente exercer o seu direito à cidadania.

Sendo assim, a formação proposta no Observatório da Qualidade no Audiovisual tem como pressuposto que os universitários chegam aos cursos da Faculdade de Comunicação com muitas competências tecnológicas, desenvolvem competências críticas, mas têm dificuldade em relacionar a teoria com a prática, ou seja, foram alfabetizadas pelas mídias, recebem formação teórica sobre o papel da mídia, mas necessitam de formação sobre como produzir de modo crítico com e através das mídias.

Os estudos de Scolari (2016; 2018a), e Pereira, Filol e Moura (2019b) sobre a literacia transmídia podem nos ajudar nesta reflexão no sentido em que apontam para a necessidade da educação formal levar em conta a aprendizagem informal, adquirida ao longo da vida, a fim de transformá-la em aliada para o desenvolvimento de competências comunicativas na prática profissional. Apesar destes estudos destacarem a educação nos níveis fundamental e médio, acreditamos que pode ser útil para auxiliar na formação em nível universitário, tendo em conta as particularidades do ensino profissional de jornalismo e audiovisual no Brasil.

A alfabetização midiática entendida como um processo de ensino-aprendizagem que desenvolve competências para a análise, avaliação e criação de mensagens em uma variedade de meios de comunicação, gêneros e formatos vem sendo estudada desde os anos 1980, a partir de diretivas da Unesco (Borges & Silva, 2019, pp. 15-17) e de projetos da Comissão Europeia (2019; Borges, 2014, pp. 182-192; Carretero, Vuorikari, & Punie, 2017) com o intuito de dotar os indivíduos de conhecimentos e habilidades para se tornarem cidadãos críticos, interventivos e autônomos.

Com o desenvolvimento tecnológico digital e as profundas e rápidas mudanças daí decorrentes, surgem novos conceitos com o intuito de ajudar a entender o contexto, entre eles a alfabetização midiática, alfabetização digital e alfabetização multimídia. Muitos autores afirmam que apesar da comunicação ter adotado as novas tecnologias digitais, as instituições educativas ainda continuam vendo a transição digital como um processo traumático, tais como apontado em relatório da Comissão Europeia (DTI & EAVI, 2011), adaptando-se lentamente ao novo entorno e alargando a lacuna entre o que se vive na vida real e na escola (Scolari, 2016, p. 2).

Nos anos 1990, Buckingham (1993, p. 20) já assinalava a existência de novas literacias (*new literacies*) e a necessidade de uma nova definição de alfabetização ligada a todas as competências que um indivíduo desenvolve por meio da cultura e da comunicação. Nos últimos anos as novas denominações surgiram com o intuito de desenvolver competências e habilidades além da leitura crítica das mídias e a fim de dar condições para o sujeito se mover no novo contexto contemporâneo (Carretero, Vuorikari, & Punie, 2017). Mihailidis (2008) argumenta, com base em pesquisa empírica, que os estudantes universitários

desenvolvem habilidades de análise e crítica de mídia, mas têm dificuldades em entender que a diversidade da mídia e a liberdade de expressão são essenciais para a sociedade civil, que estão intrinsecamente ligadas à noção de cidadania. Autores como Jenkins, Purushotma, Weigel, Clinton e Robison (2009), Ferrés e Piscitelli (2015) e Scolari (2016) propõem o entendimento sobre a nova ecologia das mídias tendo em conta os desdobramentos da cultura participativa, incorporando os novos saberes a partir da aprendizagem ao longo da vida. Neste sentido, Scolari (2016) argumenta que

La nueva ecología de los medios impone la necesidad de desarrollar otras habilidades, desde la interpretación crítica de conjuntos (hiper)textuales interactivos, hasta la integración de diferentes tipos de alfabetismo (convergencia de competencias interpretativas vinculadas al cine, la televisión, los videojuegos, etc.) o la capacidad para navegar en las redes digitales, construirse una identidad *on line* y participar en comunidades virtuales. (p. 7)

Jenkins (2008) afirma que surgem novas práticas que emergem da convergência entre a indústria midiática e a cultura participativa, trazendo novos desafios tanto para os comunicadores quanto para os educadores, uma vez que os consumidores tornam-se também produtores de conteúdo. Estes têm um papel ativo tanto na interpretação dos conteúdos que consomem, que a cada dia são mais complexos, exigem mais habilidades para serem compreendidos e integram o repertório cultural do indivíduo, quanto na elaboração de novos conteúdos, que são apropriados, remixados e compartilhados, criando novos significados.

Scolari (2016, p. 8) propõe o conceito de alfabetização transmídia (literacia transmídia em português), definindo-a como “un conjunto de habilidades, prácticas, valores, sensibilidades y estrategias de aprendizaje e intercambio desarrolladas y aplicadas en el contexto de la nueva cultura colaborativa”. Sendo assim, a literacia transmídia incorpora e ultrapassa a literacia midiática com o intuito de formar indivíduos autônomos, conscientes e criativos. Scolari (2016) sugere que a literacia transmídia deve criar pontes entre as novas culturas colaborativas e as instituições educativas, facilitando o intercâmbio de experiências. Com isso, a sua intervenção ultrapassa a pesquisa científica e propõe formas diferenciadas para explorar e desenvolver novas habilidades e novas estratégias nas instituições educativas.

Neste sentido, Scolari, Rodriguez e Masanet (2019, p. 18) propõem que a literacia transmídia seja entendida tanto como um conjunto de habilidades que o indivíduo aprende em ambientes não formais e informais de aprendizagem, desde redes sociais às comunidades de videojogos, quanto um programa de ação que tem como objetivo incorporar todo o conhecimento informal no ambiente da educação formal. No entanto, Buckingham (2018, p. 7) alerta que a distinção binária entre educação formal e informal pode não ser muito útil, porque a

forma como estas duas formas de conhecimento se encontram no ambiente acadêmico é complexa e muitas vezes apresenta muitas dificuldades.

A partir da revisão da literatura sobre literacia transmídia, González-Martínez, Serrat-Sellabona, Estebanell-Minguell, Rostan-Sánchez e Esteban-Guitart (2018, pp. 29-31) argumentam que os quatro elementos que integram o conceito são os seguintes: a transmidialidade, o prosumo, o espírito crítico e a colaboração ou interação. Estes quatro elementos estão presentes na forma de comunicação dos consumidores que também se tornam produtores e se estabelece por meio das práticas de escrita (constantemente em processo), de remix (na apropriação e criação de novos conteúdos), na criatividade e impulsiona o exercício da cidadania, passando também pelo ativismo digital. A tecnologia, que permeia todo o processo, transcende o tecnológico para se evidenciar no uso, no usuário e no contexto (p. 31). Os autores ainda argumentam que a abordagem da literacia transmídia no âmbito educativo pode facilitar a adoção de estratégias imersivas, aproveitando o fluxo de conteúdos dinâmicos que favorecem a aprendizagem e permitem o interesse e engajamento dos alunos. Neste sentido, parte do princípio que a figura do prosumidor já não é mais uma escolha dos indivíduos, uma vez que a cultura digital já os coloca nesta posição e propõe uma aprendizagem focada no conteúdo e no contexto e não necessariamente na tecnologia, podendo assim fazer uso da cultura participativa a fim de impulsionar novos conhecimentos (p. 33).

A fim de elaborar esta proposta teórico-metodológica de formação de futuros profissionais de comunicação, trabalhamos de forma integrada os conceitos de competência midiática a partir de suas seis dimensões e de literacia transmídia, com suas estratégias de aprendizagem informal, a partir do exercício constante de ensino-aprendizagem entre os âmbitos da análise crítica e da expressão criativa de mídia.

As seis dimensões da competência midiática são as seguintes: linguagem, tecnologia, processos de interação, processos de produção e difusão, ideologia e valores e estética (Ferrés & Piscitelli, 2015, pp. 9-14). A dimensão linguagem contempla a capacidade de estabelecer relações entre textos, códigos e mídias, entendendo a forma como as mensagens são construídas a fim de poder elaborá-las em função da situação comunicativa, do conteúdo transmitido e do interlocutor. A dimensão tecnologia relaciona-se com a capacidade de utilizar e se comunicar adequadamente por meio das ferramentas tecnológicas disponíveis, compreendendo o seu papel na sociedade. Os processos de interação estão relacionados com a capacidade de seleção e autoavaliação do consumo midiático, bem como a atuação de modo colaborativo nos ambientes digitais. Os processos de produção e difusão referem-se ao conhecimento sobre os sistemas de produção, as grades de programação, os mecanismos de difusão, os códigos de regulamentação e de autoregulação. No âmbito da expressão refere-se à capacidade de elaborar produtos multimodais de maneira colaborativa; selecionar, se apropriar e transformar as mensagens produzindo novos

significados. A dimensão ideologia e valores abrange a capacidade de entender o modo como as representações midiáticas estruturam nossa percepção da realidade, avaliando a fiabilidade das fontes de informação; juntamente com a habilidade de buscar, organizar, contrastar, priorizar e sintetizar informações de distintos sistemas e contextos. A dimensão estética relaciona-se com a capacidade de compreender os aspectos formais que compõem uma mensagem midiática e reconhecer a qualidade estética, a inovação formal e temática e a originalidade. O âmbito da expressão relaciona-se com a capacidade de produzir mensagens compreensíveis, criativas e originais, bem como se apropriar e transformar produções artísticas, visando potencializar a criatividade, a experimentação e a sensibilidade estética.

No que diz respeito à literacia transmídia, Scolari (2018b, p. 87) identifica seis estratégias de aprendizagem informal que são as seguintes: aprender fazendo, resolução de problemas, imitação/simulação, jogo, avaliação e ensino. A estratégia do aprender fazendo está relacionada com um conjunto de atividades que se coloca em prática dependendo da competência que se quer adquirir, incluindo os processos de tentativa e erro. A estratégia para resolver problemas refere-se à busca de competências que ajudem a encontrar uma solução para um determinado desafio ou para alguma questão. A estratégia da imitação ou simulação está relacionada com a reprodução de ações, situações ou decisões realizadas por alguém mais competente ou experiente. A estratégia do jogo está relacionada com a aquisição de competências de forma lúdica, por meio dos jogos. A estratégia da avaliação está relacionada com a competência que se adquire ao avaliar o próprio trabalho ou ser avaliado por outros. A estratégia de ensino está relacionada com o desenvolvimento de competências para se transmitir algum saber que se detenha a alguém.

Neste sentido, durante o processo de produção de conteúdos audiovisuais e sonoros para multiplataformas, potencializamos, por um lado, as estratégias de aprendizagem informal, que já estão presentes na atuação dos alunos e, por outro lado, promovemos uma formação com base na reflexão e na aplicação prática das dimensões da competência midiática.

3. Discussão

É importante enfatizar que o que interessa a este estudo na abordagem de Scolari (2019) é justamente a possibilidade de entender e mobilizar a aprendizagem informal, que ocorre em diferentes ambientes fora das escolas, para poder incorporá-la no processo de aprendizagem formal, isto é, no ensino dos cursos de graduação em comunicação. A prática científico-pedagógica do Observatório da Qualidade no Audiovisual propõe aproximar os saberes que os alunos trazem de sua relação com as mídias como substrato de uma formação que envolve o desenvolvimento das seis dimensões da competência midiática, conforme proposta por Ferrés e Piscitelli (2015), na elaboração de projetos de produção experimental de conteúdos para diferentes plataformas na internet.

Estes projetos são elaborados a partir dos olhares, dos interesses e dos saberes dos alunos, colocando as suas experiências midiáticas e interativas no centro das propostas tanto de análise comunicacional quanto de prática profissional. Neste sentido, a proposta de Scolari é desdobrada para ser aplicada na formação de futuros profissionais de comunicação que, no contexto brasileiro, precisam não apenas entender a importância da aquisição da competência midiática pelo público, de modo geral, mas também desenvolver habilidades para que o seu fazer profissional incorpore esta perspectiva e promova o desenvolvimento de uma sociedade mais democrática e cidadã, em que as pessoas possam exercer seus direitos e seus deveres na sua relação com a mídia.

Isto não ocorre na indústria midiática brasileira, e acredita-se que esta pode ser uma das razões pelas quais esteja em franca crise atualmente. Num cenário tomado pela extrema direita, os jornalistas atualmente lutam pela defesa da liberdade de expressão, mas pode-se argumentar que uma das razões para esta descredibilização da mídia passa também pelo papel dos profissionais na construção do entendimento da opinião pública sobre a preservação das instituições democráticas e da própria liberdade de expressão.

No sentido de desenvolver estes pontos ainda lacunares na formação profissional, destacam-se dois pontos-chave no processo de formação. Por um lado, ao dar autonomia nas escolhas e nos modos de organização dos grupos de produção criativa, desenvolve-se também a responsabilização pelos processos e resultados. Deste modo, ao contar com os saberes adquiridos ao longo da vida na relação com a mídia, já que trata-se da geração dos millenials, também busca-se desenvolver competências relacionadas com a aprendizagem informal ao longo do processo de produção da prática midiática, que está em constante avaliação pelos pares na busca das resoluções dos problemas à medida em que estes aparecem. Por outro lado, busca-se temas e formas de desenvolvê-los na produção criativa que possam estimular a reflexão e o pensamento crítico, a fim de desenvolver as dimensões da competência midiática de forma tanto intuitiva, ao passar pelo processo de resolução de problemas de ordem prática durante a produção, como direcionada, ao discutir as diferentes formas de abordagem no tratamento destes temas.

4. Resultados

Com o intuito de desenvolver esta proposta de formação foi criada a plataforma hipermídia na internet do Observatório da Qualidade no Audiovisual (2020), que serve como repositório dos vários projetos de pesquisa, ensino e extensão e funciona a partir de uma dupla perspectiva, divulgação científica de resultados de projetos e formação para a produção experimental de conteúdo para multiplataformas. A partir do planejamento estratégico de produção e circulação de mensagens, foram criados perfis no Facebook, Twitter, Instagram,

YouTube e Spotify e produzidos conteúdos com linguagem específica para cada um deles.

Um dos conteúdos que estão sendo trabalhados é a rubrica #*Observatório* que apresenta um conjunto de séries audiovisuais e sonoras produzidas pelos alunos para a web a partir da seguinte proposta de formação: a pré-produção começa a ser trabalhada a partir de temas e discussões concernentes ao repertório e ao interesse dos alunos. São divididos grupos que propõem temas e convidados a serem entrevistados, que estejam em consonância e sejam pertinentes para estimular a discussão sobre a competência midiática. Uma vez que o conceito a ser trabalhado está definido, o grupo decide a forma de abordagem e elabora um piloto da proposta estética. Neste momento, procura-se alinhar a forma e o conteúdo, preparando os roteiros de gravação. Todo o processo de produção é desenvolvido a partir das habilidades do aprender fazendo; resolvendo os problemas à medida em que se colocam; usando como referência erros e acertos de experiências e produções anteriores; reforçando a dinâmica do ensino-aprendizagem entre pares e da avaliação contínua. Algumas vezes as gravações e as edições de material audiovisual e sonoro são refeitas e podem, até mesmo, não ser veiculadas, caso não tenham a qualidade que consideramos necessária. Desse modo, procura-se potencializar o desenvolvimento das estratégias de aprendizagem informal, que fazem parte do repertório dos alunos, responsabilizando-os por todo o processo de produção por meio da autonomia nas decisões e desenvolver as dimensões da competência midiática.

Os objetivos específicos de comunicação de cada série e as dimensões da competência midiática são detalhados a seguir:

O âmbito da análise crítica das dimensões da competência é trabalhado na produção criativa dos conteúdos audiovisuais e sonoros. Sendo assim, as dimensões tecnologia e processos de produção e difusão são desenvolvidas tanto na produção técnica de vídeos e podcasts quanto no planejamento e na elaboração dos formatos e das formas de divulgação online para o site e as redes sociais do Observatório da Qualidade no Audiovisual. A dimensão processos de interação também se relaciona com a dinâmica das redes sociais e potencializa justamente o entendimento de que não deve haver apenas a replicação de conteúdo, mas adaptação para a linguagem característica de cada uma delas.

As dimensões linguagem e estética são trabalhadas de modo articulado na elaboração da proposta estética a ser produzida. É bastante importante para o grupo buscar novas formas audiovisuais e sonoras de construção narrativa, a fim de subverter estereótipos audiovisuais. Neste sentido, as propostas são elaboradas com a busca de apuro estético, procurando a originalidade e a inovação, que certamente são duas características difíceis de serem trabalhadas considerando a poluição visual e sonora que permeia a sociedade atual. Cada uma das rubricas procura assim trabalhar com características estéticas diferenciadas.

A dimensão ideologia e valores está presente na escolha e abordagem dos temas, em que são propostas discussões que sejam férteis para gerar a reflexão e estimular o pensamento crítico, buscando propiciar o debate por meio de perspectivas plurais e enfatizar olhares que também incluam pautas de grupos minoritários na sociedade.

#Observatório Série produz entrevistas com pesquisadores brasileiros e estrangeiros que participam dos eventos promovidos pelo grupo de pesquisa Comunicação, Arte e Literacia Midiática na Universidade Federal de Juiz de Fora e discute temas ligados à cultura digital, convergência, competências midiáticas, qualidade do audiovisual, consumo e produção de conteúdo, cultura de fãs, cidadania e ética. Até setembro de 2019 produziu entrevistas com 36 pesquisadores do Brasil e do exterior, as quais já alcançaram 9.180 visualizações totais na página no Facebook. Seu principal objetivo relaciona-se com a disponibilização de discussões que enfatizem a importância da competência midiática na sociedade atual e os vídeos são produzidos em formatos diferenciados tanto para o Youtube e Facebook quanto para o IGTV do Instagram.

#Observatório Espelhos entrevista profissionais da comunicação da região da Zona da Mata, em Minas Gerais, Brasil, para entender como as mudanças na cultura digital influenciam a prática profissional diária. Com foco nas principais competências que devem ser desenvolvidas pelos novos profissionais, a primeira temporada (2019) contou com oito episódios sobre o perfil de profissionais de Juiz de Fora nas áreas de jornalismo impresso, mídia audiovisual, mídia sonora e redes sociais. Com uma linguagem dinâmica procura-se documentar as mudanças na profissão a partir da experiência dos entrevistados.

O *#Observatório MiniDocs* busca conhecer os processos e as práticas de artistas de Juiz de Fora, refletindo sobre um determinado tema. A primeira temporada (2019) centrou-se na relação entre arte e mídia, tratando de temas como processo criativo, influências e diálogos entre linguagens. A segunda temporada (2020) foi pautada pela cultura hip hop, envolvendo música, poesia, dança, grafite e moda. De caráter bastante experimental em termos do uso da linguagem audiovisual, esta série procura dar espaço para as propostas criativas que os alunos têm interesse em desenvolver na produção audiovisual. Na segunda temporada os alunos grafitaram o logotipo do Observatório da Qualidade no Audiovisual numa parede, criaram vinheta própria para expressar os quatro elementos da cultura hip hop (break dance, rap, DJs, grafite) e definiram a proposta estética da montagem a ser usada nos vídeos a fim de expressar, por meio da própria criação, as nuances das produções da cultura hip hop na cidade de Juiz de Fora, além de dar visibilidade aos artistas. Trabalharam assim, de forma mais aprofundada, com as dimensões ideologia e valores, estética, linguagem e processos de produção.

A partir da produção criativa, o *#Observatório Remix* desenvolve habilidades na prática do *remix literacy* (Stedman, 2012), que abrange competências desde a compreensão da arquitetura informacional das plataformas digitais até a

forma de circulação dos conteúdos ressignificados. A primeira e a segunda temporada (2019) exploraram a estética do videoclipe, recorrendo ao arquivo para produzir narrativas que buscam o empoderamento e ressaltam múltiplas formas identitárias (Borges & Sigiliano, 2019). Os temas abordados envolvem feminismo, LGBT, negritude e identidade. Cada aluno fica responsável pela montagem de imagens remixadas a partir do tema e da proposta estética definida em grupo. Esta série enfatiza a dimensão ideologia e valores porque discute temas relacionados às minorias e busca, também de forma experimental, por meio da criação da vinheta e da montagem, desenvolver as dimensões linguagem e estética. Destaca-se também que esta série está relacionada com o projeto Videoclipe e Identidade, que realizou um levantamento de 80 videoclipes entre 2017 e 2019, tendo analisado 18 deles.

A produção do *#Observatório Podcasts* tem como objetivo discutir sobre os temas relevantes no campo da Comunicação, especialmente sobre produções da cultura pop. Disponibilizado para veiculação em rádios, serviços de *streaming* e redes sociais, procura repercutir reflexões críticas e atuais do panorama midiático latino-americano. Na primeira temporada (2018) os temas abordados foram *games*, *social TV*, documentário e *fakenews*. A segunda temporada (2019) foi pautada pelos temas discutidos nas exhibições do *Clube das Séries*, conduzido pela professora Gabriela Borges e pela doutoranda do PPGCOM/UFJF Daiana Sigiliano, e discutidos pelos alunos que participaram dos seminários. A terceira temporada (2019-2020) é formada por seis episódios sobre temas da cultura pop: revival dos anos 80, audiovisual para crianças, cinema de terror e além da Netflix. E a quarta temporada (2020) contou com o tema Rixas do Pop, colocando em diálogo produções de cinema, literatura, televisão e música que possuem uma cultura de fãs bastante atuante. A partir do aprofundamento das dimensões tecnologia e processos de produção e difusão foi realizado um levantamento e uma pesquisa sobre podcasts existentes sobre cultura pop, a fim de entender o modo de comunicação desta nova forma de expressão. A partir disso foram desenvolvidas as dimensões ideologia e valores, no tratamento e na forma de abordagem dos temas, e linguagem e estética, no que diz respeito ao formato e estrutura narrativa dos episódios, bem como à modulação sonora realizada experimentalmente para este propósito.

Conclusões

A experiência na formação dos alunos no projeto de pesquisa, ensino e extensão do Observatório da Qualidade no Audiovisual desde 2013 mostra que a aposta no desenvolvimento das dimensões da competência midiática a partir das estratégias de aprendizagem informal tem sido frutífera para o descondicional do olhar dos jovens universitários e a construção de um amplo repertório crítico, criativo e interventivo, no sentido em que criam narrativas audiovisuais e sonoras que procuram trazer diferentes pontos de

vista, muitas vezes não disponíveis pela mídia tradicional, e gerar a reflexão no espectador. Sendo assim, um dos pontos a serem destacados é justamente que a construção destas narrativas busca o empoderamento e o reconhecimento de minorias sistematicamente alijadas dos discursos dominantes da comunicação. Além disso, ao buscar outras formas de se contar histórias, que não mimetizam clichês e estereótipos e valorizam aspectos culturais e sociais diversos, outro ponto a ressaltar é a tentativa de se articular imagens e sons a fim de promover a conscientização e o pensamento crítico por parte dos espectadores.

Destaca-se que as estratégias de aprendizagem informal enunciadas pelos estudos da literacia transmídia guiam todo o modo de produção e difusão das séries audiovisuais e sonoras, procurando dar autonomia e responsabilidade aos grupos criativos para, entre eles, buscarem as soluções para os problemas que se colocam, num processo de ensino-aprendizagem contínuo e entre pares. Isto também favorece uma formação profissional que habilita os estudantes para saber como lidar com as diferentes demandas do mercado atual da comunicação. Propicia uma formação que desenvolve o olhar crítico na prática criativa, evidenciando e colocando em operação um conjunto de competências que proporcionam novos olhares sobre os sujeitos, as tecnologias, a comunicação e a educação.

Sendo assim, concluímos que esta proposta tem se mostrado fértil para o desenvolvimento da competência midiática de futuros comunicadores, cujos resultados podem ser consultados nos canais online de comunicação do Observatório da Qualidade no Audiovisual.

Referências bibliográficas

- Amaral, I., Reis, B., & Lopes, P. (2017). Práticas e consumos dos jovens portugueses em ambientes digitais [Practices and consumption of Portuguese youth in digital environments]. *Estudos em Comunicação*, 24, 107-131. Recuperado de <https://bit.ly/37ne2p2>
- Borges, G. (2014). *Qualidade na TV pública portuguesa*. Análise dos programas do canal 2. Editora da UFJF.
- Borges, G., & Silva, M. B. (Org.). (2019). *Competências midiáticas em cenários brasileiros: interfaces entre comunicação, educação e artes*. Editora da UFJF. Recuperado de <https://bit.ly/3gzCypN>
- Borges, G., & Sigiliano, D. (2019). Observatório da Qualidade no audiovisual: curadoria, produção experimental de conteúdos e divulgação científica. In Borges, G., Silva, M. B. (Org.). *Competências midiáticas em cenários brasileiros: interfaces entre comunicação, educação e artes* (pp.258-290). Editora da UFJF. Recuperado de <https://bit.ly/3gzCypN>
- Borges, G., Fantin, M., da Silva, M., Pimenta, M., & Vieira, S. (2020). Prácticas culturales y niveles de competencia mediática de jóvenes brasileños. *ICONO14. Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 18(2), 320-352. Recuperado de <https://bit.ly/2OMjmvH>

- Buckingham, D. (1993). Towards new literacies, information technology, English and media education. *The English and Media Magazine*. Summer, 20-25.
- Buckingham, D. (2018). Prólogo. En Carlos A. Scolari (Ed.), *Adolescentes, Medios de Comunicación y Culturas Colaborativas. Aprovechando las Competencias Transmedia de los Jóvenes en el Aula*. Barcelona: Transliteracy H2020 Research Project. Recuperado de <https://bit.ly/36KJqft>
- Carretero, S., Vuorikari, R., & Punie, Y. (2017). *DigComp 2.1: The digital competence framework for citizens with eight proficiency levels and examples of use*. Publications Office of the European Union. Recuperado de <https://bit.ly/2pGtGII>
- Comissão Europeia. (2019). Key competences for lifelong learning. Publications Office for the European Union. Recuperado de <https://bit.ly/2N6DOah>
- DTI and EAVI. (2011). *Testing and Refining Criteria to Assess Media Literacy Levels in Europe Final Report*. Comissão Europeia. Recuperado de <https://bit.ly/36NSvEW>
- EU Kids Online (2020) EU Kids Online: Survey results from 19 countries. Recuperado de <https://bit.ly/37yqcv5>
- Ferrés, J., & Piscitelli, A. (2015). A competência midiática: proposta articulada de dimensões e indicadores. *Lumina*, 9(1), 1-16. Recuperado de <https://bit.ly/2XfRpye>
- González-Martínez, Juan, Serrat-Sellabona, Elisabet, Estebanell-MinGuell, Meritxell, Rostan-Sánchez, Carles, & Esteban-Guitart, Moisés. (2018). Sobre el concepto de alfabetización transmedia en el ámbito educativo. Una revisión de la literatura. *Comunicación y Sociedad*, 33, 15-40.
- Guida, V., Meyer, M., & Americano, L. T. (2019). A competência midiática e o exercício da cidadania a partir da experiência dos profissionais de comunicação de Juiz de Fora (MG). In G. Borges, & M. B. Silva (Org.), *Competências midiáticas em cenários brasileiros: interfaces entre comunicação, educação e artes* (pp. 137-155). Editora da UFJF. Recuperado de <https://bit.ly/3gzCypN>
- Mihailidis, P. (2008). Beyond cynicism: How media literacy can make students more engaged citizens (Doctoral dissertation). Recuperado de <https://bit.ly/2TPCXum>
- Izquierdo-Iranzo, P., & Gallardo-Echenique, E. (2020). Studygrammers: Learning influencers. [Estudigramers: Influencers del aprendizaje]. *Comunicar*, 62, 115-125. Recuperado de <https://bit.ly/3jWgmDH>
- Jenkins, H. (2008). *Cultura da convergência*. 2. ed. São Paulo: Aleph.
- Jenkins, H., Purushotma, R., Weigel, M., Clinton, K., & Robison, A. J. (2009). *Confronting the Challenges of Participatory Culture. Media Education for the 21st Century*. Cambridge: The MIT Press.
- Jenkins, H., Green, J., & Ford, S. (2014). *Cultura da Conexão*. Criando Valor e Significado por Meio da Mídia Propagável. Aleph.
- Observatório da Qualidade no Audiovisual (Ed.). (2020). Home. Recuperado de <http://bit.ly/2MbRI6Q>
- Observatório da Qualidade no Audiovisual (27 mai 2020). #Observatorio. <https://bit.ly/3ddwNvV>
- Observatório da Qualidade no Audiovisual (27 mai 2020). Videoclipe e Identidade. Acesso 15 fev. 2021. Recuperado de <https://bit.ly/3ajKVvt>
- Observatório da Qualidade no Audiovisual [observatoriodaqualidadeufjf] (n.d.). Home [Facebook page]. Facebook. Acesso 27 mai, 2020. Recuperado de <https://bit.ly/2XByfBL>

- Observatório da Qualidade no Audiovisual [@oqaudiovisual] (n.d.). Home [Twitter page]. Twitter. Acesso 27 mai, 2020. Recuperado de <https://bit.ly/3epHdc2>
- Observatório da Qualidade no Audiovisual [@oqaudiovisual] (n.d.). Home [Instagram page]. Instagram. Acesso 27 mai, 2020. Recuperado de <https://bit.ly/2X7A2iY>
- Observatório da Qualidade no Audiovisual (n.d.). Home [Youtube page]. Youtube. Acesso 27 mai, 2020. Recuperado de <https://bit.ly/2M5wtnd>.
- Observatório da Qualidade no Audiovisual (n.d.). Home [Spotify page]. Spotify. Acesso 27 mai, 2020. Recuperado de <https://spoti.fi/2ZKXl3V>.
- Observatório da Qualidade no Audiovisual (n.d.). Home [Youtube page]. Youtube. Acesso 27 mai, 2020. Recuperado de <https://bit.ly/2TQfZ6G>.
- Observatório da Qualidade no Audiovisual (n.d.). #Observatorio Espelhos [Youtube page]. Youtube. Acesso 27 mai, 2020. Recuperado de <https://bit.ly/2XHbDja>
- Observatório da Qualidade no Audiovisual (n.d.). #Observatorio Minidocs [Youtube page]. Youtube. Acesso 27 mai, 2020. Recuperado de <https://bit.ly/3guiSDK>
- Observatório da Qualidade no Audiovisual (n.d.). #Observatorio Remix [Youtube page]. Youtube. Acesso 27 mai, 2020. Recuperado de <https://bit.ly/3c85JfF>
- Observatório da Qualidade no Audiovisual (n.d.). Home [Spotify page]. Spotify. Acesso 27 mai, 2020. Recuperado de <https://spoti.fi/2ZKXl3V>
- Ofcom (2016) Children and parents media use and attitudes report 2016. Recuperado de <https://bit.ly/3pvBoie>
- Pereira, S.; Pinto, M. & Moura, P. (2015) Níveis de Literacia Mediática: Estudo Exploratório com Jovens do 12º ano [Media Literacy Levels: Exploratory Study with 12th grade students]. Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. Recuperado de <https://bit.ly/3bdq1Xf>
- Pereira, S. & Moura, P. (2019a). Assessing media literacy competences: a study with Portuguese young people. *European Journal of Communication*, 32(1), 20-37. Recuperado de <https://bit.ly/37q7CoW>
- Pereira, S., Fillol, J., & Moura, P. (2019b). Young people learning from digital media outside of school: The informal meets the formal. [El aprendizaje de los jóvenes con medios digitales fuera de la escuela: De lo informal a lo formal]. *Comunicar*, 58, 41-50. <https://bit.ly/2NvqI66>
- Scolari, C. A. (2016). Transmedia Literacy: Informal Learning Strategies and Media Skills in the New Ecology of Communication. *Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación*, 1-9. Recuperado de <https://bit.ly/3gFRnHF>
- Scolari, C. A. (2018a). Adolescentes, medios de comunicación y culturas colaborativas. Aprovechando las experiencias transmedia de los jóvenes en el aula. *Transliteracy. H2020 Research and Innovation Actions*. Recuperado de <https://bit.ly/36KJqft>
- Scolari, C. A. (2018b). Estrategias de aprendizaje informal. In C.A. Scolari (Ed.), *Adolescentes, medios y culturas colaborativas. Aprovechando las competencias transmedia de los jóvenes en el aula* (pp. 83-91). Barcelona: Universitat Pompeu Fabra. Recuperado de <https://bit.ly/2vMXPgX>
- Scolari, Lugo Rodriguez, & N, Masanet, M. J. (2019). Transmedia Education. From the contents generated by the users to the contents generated by the students. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 116-132. Recuperado de <https://bit.ly/3dvn36m>

- Silva, M. B., Vieira, S. F., & Souza, M. V. B. (2019). A competência midiática na formação de universitários. In G. Borges, & M. B. Silva (Org.), *Competências midiáticas em cenários brasileiros: interfaces entre comunicação, educação e artes* (pp. 84-108). Editora da UFJF. Recuperado de <https://bit.ly/3gzCypN>
- Stedman, K. (2012). Remix Literacy and Fan Compositions. *Computers and Composition*. 29(2), 107-123. Recuperado de <https://bit.ly/2MbRLzy>
- Unicef. (2020). How many children and young people have internet access at home? *Estimating digital connectivity during the COVID-19 pandemic*. Recuperado de <https://uni.cf/2ZsY5ZO>

