

---

## **Jornalismo participativo e Alfabetização Midiática e Informacional como instância de mediação<sup>1</sup>**

Matheus Cestari CUNHA<sup>2</sup>

Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, SP

### **RESUMO**

Antes da existência da internet, a Teoria das Mediações apresentava a ideia de um indivíduo ativo e que negocia os sentidos dos conteúdos midiáticos com o contexto que o circunda. Com surgimento da nova ferramenta, imaginou-se que esse cenário seria cada vez mais possível graças às novas possibilidades de uma comunicação democrática. Porém, essa premissa não acontece de forma plena. Dessa maneira, se demonstra a percepção de uma Alfabetização Midiática e Informacional como instância de mediação de modo que, para além da necessidade de aplicação destes conceitos, eles se tornam uma importante mediação para compreender o fenômeno da recepção midiática. Portanto, este artigo tem o objetivo de fazer uma pesquisa bibliográfica deste cenário, na tentativa de apresentar contribuições para a Teoria das Mediações ao propor a Alfabetização Midiática e Informacional como instância de mediação.

**PALAVRAS-CHAVE:** Alfabetização Midiática e Informacional; mediações; Educação Midiática; recepção midiática; jornalismo participativo.

### **1. Introdução**

A ideia de recepção midiática evoluiu desde que as Teorias da Comunicação começaram a ser formuladas. Antes ainda do surgimento da internet, por meio da Teoria das Mediações (BARBERO, 1997), observa-se que o receptor é ativo e que negocia os sentidos dos conteúdos midiáticos a partir das suas experiências e do contexto que o circunda. Potencialmente, o receptor é também produtor de conteúdo, especialmente a partir do acesso às tecnologias digitais.

Com a consolidação da internet esse fenômeno descrito pela Teoria das Mediações foi amplificado e pode ser observado com maior facilidade. Afinal, com a ferramenta, é possível produzir conteúdo e compartilhar entre os usuários, comentar nas páginas dos grandes portais de notícia e, quem sabe, sugerir alguma pauta ou apontar possíveis erros

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação e Educação, XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestrando do Curso de Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, e-mail: matheuscestaricunha@gmail.com

de apuração dos jornalistas, entre outras ações. Essas possibilidades geraram um otimismo acerca das oportunidades democráticas e de uma conseqüente comunicação mais horizontal que a internet estaria gestando, o que Jenkins (2009) chamou de “cultura da participação”.

Entretanto, um estudo realizado nos Estados Unidos (BORGER, et.al, 2012) aponta que a participação do sujeito nos conteúdos jornalísticos acontece de uma forma menos ativa do que a esperada. Em suma, o indivíduo é bastante ativo, só que essa ação muitas vezes está mais ligada à diversão que à emancipação do sujeito. Existem também estudos brasileiros (CAPRINO; SANTOS, 2012); (PRIMO, 2010); (MALINI, 2008) que chegaram a mesma conclusão.

Nesse sentido, a importância deste artigo se dá em promover uma discussão em torno desse cenário e problematizar que a Educação Midiática pode reverter esse quadro de falta de ação do sujeito e proporcionar seu empoderamento. Para tal, escolhemos apresentar e debater três visões do conceito: a de Alfabetização Midiática (UNESCO 2016), a de *Media Literacy* (BAUER, 2012) e a de Educomunicação (SOARES, 2011). Apesar de existirem algumas nuances que diferenciam essas três visões, é possível perceber um ponto em comum entre elas: a importância para a sociedade e, mais ainda, a necessidade de realização desses processos com uma certa urgência

Dessa maneira, a intenção é compreender que o fato de a recepção acontecer de forma menos ativa do que o esperado, apresentado como problema tanto pelos estudos no Brasil, quanto nos Estados Unidos, pode ser atenuado por meio de medidas globais de Alfabetização Midiática e Informacional. O sujeito teria melhores condições de avaliar, interpretar, sistematizar, os conteúdos midiáticos e saberia se expressar de forma mais efetiva, produzindo conteúdos de maior qualidade. Por conseqüência, mais brechas para a participação seriam proporcionadas pelos indivíduos e, naturalmente, a própria mídia se incluiria nesse processo, já que ela também tem sua parcela de responsabilidade

Portanto, para além dessa pesquisa bibliográfica que este artigo se propõe a fazer, também temos o objetivo de refletirmos em torno, justamente, da necessidade da Alfabetização Midiática e Informacional na sociedade, apresentando-a como uma instância de mediação. Dessa forma, tentamos buscar um diálogo e uma possível contribuição com a Teoria das Mediações a partir das ideias clássicas de Jesus Martín-Barbero (1997), das propostas de mediações múltiplas (OROZCO, 2005) e de uma cidadania comunicativa (OROZCO, 2014) com o intuito de tentar apresentar saídas para

---

a emancipação do sujeito e para uma comunicação e um jornalismo mais participativos, horizontais e democráticos.

## 2. Cultura da participação e o jornalismo

Com a consolidação e o crescimento da internet, alguns autores vislumbraram finalmente a possibilidade de uma comunicação mais horizontal, democrática, em que o receptor podia ser muito mais ativo. Entre esses estudiosos destacamos Levy (1999) e Jenkins (2009), os quais defendiam a ideia de maior empoderamento do cidadão com o surgimento de uma "cultura de participação".

Essa expressão

contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo (JENKINS, 2009, p. 30).

Essa participação se estenderia aos conteúdos voltados ao entretenimento e à informação, nesse caso o jornalismo participativo, por meio da produção de conteúdos midiáticos que contariam com a contribuição dos mais diversos atores sociais.

Entretanto, essa perspectiva bastante otimista não aconteceu na prática. Em uma pesquisa realizada nos Estados Unidos (BORGER et al., 2012), os autores analisaram toda a produção de artigos científicos relacionados ao jornalismo participativo, de 1996 a 2011. São 119 trabalhos que permitiram a eles traçar uma genealogia da evolução do conceito de jornalismo participativo e obter quatro grandes “pontos em comum” nesses estudos.

O primeiro deles é que, de fato, no início, havia um entusiasmo com o potencial democrático propiciado pela internet. No final dos anos 1990, os autores observaram que já se mencionava um “jornalismo-público” como precursor do jornalismo participativo. Esse conceito apareceu em cerca de 40% dos artigos analisados. O contexto em que emerge firmemente a possibilidade de participação do receptor considerava que com a internet era possível:

1) capacitar as pessoas comuns, permitindo-lhes expressar os seus pontos de vista sobre assuntos públicos e moldar a agenda de notícias; 2) motivar qualquer pessoa a se envolver nas deliberações públicas de questões importantes, que é elaboração do ideal de esfera pública de Habermas

---

(1989); (3) contribuir para as deliberações públicas em busca de soluções para problemas sociais; e (4) promover o entendimento das pessoas sobre questões públicas (BORGES et.al, p.125, 2012 – tradução nossa).

Entretanto, o segundo ponto em comum entre os artigos analisados pela pesquisa já descarta essa democratização: o desapontamento com a obstinação do jornalismo profissional. O fato é que o jornalismo tradicional não se preparou para essa transição e o resultado foi que, “para além do fato de que os usuários podem fazer uploads de vídeos, deixar comentários ou enviar e-mails para os editores, os cidadãos não podem realizar atividades jornalísticas chave e eles não têm nenhum controle acerca de suas contribuições ou dos resultados do processo de fabricação das notícias” (BORGES et.al, 2012, p.126 – tradução nossa).

Outro aspecto em comum, o terceiro deles, é o desapontamento com as motivações econômicas do jornalismo industrial (“tradicional”) para a facilitação do jornalismo participativo. Afinal, para além de o jornalismo estar se inovando muito lentamente, as grandes corporações de mídia estão mais preocupadas com o lucro do que em promover uma democratização dos processos de produção de conteúdo (BORGES et.al, 2012).

Por fim, a última questão em comum – e a que chama mais atenção: os usuários são menos ativos do que se imaginava. Ao contrário da esperada ampla participação dos cidadãos para deliberação de assuntos de interesse público, o que ocorre é uma presença ativa dos receptores motivada muito mais pela diversão e pelo entretenimento do que pelo exercício da democracia. Pela pesquisa realizada, não parece haver uma grande reflexividade e criticidade na maneira como os usuários se manifestam.

Em pesquisa realizada no Brasil, cujo objetivo foi verificar o tipo de oferta de espaços para participação do cidadão no conteúdo jornalístico das grandes empresas midiáticas, Caprino e Santos (2012) analisaram como os principais telejornais utilizavam os conteúdos gerados por usuários, que se resumem em “todo conteúdo produzido pelas audiências (incluindo ‘companhias independentes subcontratadas ou profissionais individuais’), em qualquer tecnologia, veiculado pelos meios audiovisuais” (SCOTT apud CAPRINO; SANTOS, 2009, p.120).

A conclusão das autoras é que a participação, na maioria das vezes, é feita de uma forma muito rápida, apenas com conteúdos inseridos no meio das reportagens “o que, a rigor, pode significar que o objetivo seja mais dar um caráter de inclusão de fatos/imagens

---

inéditos e espetaculares aos telejornais do que propriamente democratizar as vozes e o espaço do telejornal” (2012, p.124).

As causas deste fenômeno são basicamente duas: certos telejornais ainda têm um formato muito “engessado” que não permite uma inserção maior desses conteúdos. Além disso eles não apresentam claramente, em sua maioria, quais são os canais de comunicação para envio dos conteúdos e nem orientam de que maneira devem ser elaborados. Dessa forma, o indivíduo fica perdido e a participação é reduzida (CAPRINO; SANTOS, 2012, p.130).

Então, embora os mecanismos de acesso para participação do receptor tenham sido aprimorados nos últimos anos, outros estudos brasileiros (MALINI, 2008); (PRIMO, 2010); (ROCHA; BRAMBILLA, 2009); (RUBLECKI, 2011), mostram que a participação no conteúdo jornalístico dos grandes veículos ainda é franqueada segundo as decisões editoriais e comerciais dessas empresas. Entretanto, para que a participação aconteça de forma efetiva, é necessário um diálogo constante entre jornalistas e colaboradores, de modo que os indivíduos participem de processos centrais na elaboração dos conteúdos.

Por isso, Caprino e Santos (2012) chamam a atenção para a importância e a necessidade da Alfabetização Midiática na sociedade ao enfatizar que a mídia não deve continuar repetindo ações que distanciam o indivíduo do processo de colaboração. Portanto, ela deve desenvolver um papel central no processo de formação qualitativa da audiência e do empoderamento do indivíduo para uma participação efetiva e democrática.

### **3. Alfabetização Midiática e Informacional para a participação**

A participação tão propalada em tempos de internet, particularmente na informação de interesse público e como instância de deliberação no espaço público midiático, guarda uma relação importante com a Alfabetização Midiática e Informacional. É por meio dela que efetivamente poderemos criar uma cultura de participação.

Mas essa preocupação com a participação e a democratização dos meios já existia antes de o conceito de Alfabetização Midiática ser criado. Quando ainda havia apenas os meios de comunicação de massa “tradicionais” (o jornal, o rádio e o começo das transmissões televisivas) se discutia a necessidade de capacitar as pessoas para interpretar

de maneira mais crítica as informações que vinham dos meios. Essa era a ideia de Educação Midiática, que é o grande “guarda-chuva” norteador dessa discussão.

Devido ao espaço reduzido, propomos pensarmos a Educação Midiática partir de três perspectivas diferentes, porém complementares: a de Alfabetização Midiática e Informacional (UNESCO, 2016); (GRIZZLE, 2016); a proposta de categorização em torno da *media literacy* (BAUER, 2012) e a ideia de Educomunicação (SOARES, 2014); (ALMEIDA, 2016).

A noção de Alfabetização Midiática e Informacional, conhecida pela sigla AMI, (UNESCO, 2016) surge como uma sistematização global, fruto das discussões históricas que vem acontecendo em torno da ideia de Educação Midiática. Ela é o resultado de diversas reuniões e protocolos divulgados pela entidade desde o começo dos anos 2000.

O conceito pode ser definido como:

um conjunto de competências que empodera os cidadãos para acessar, recuperar, compreender, avaliar, usar, criar e compartilhar informações e conteúdos midiáticos de todos os formatos, usando várias ferramentas, com senso crítico e de forma ética e efetiva, para que participem e engajem-se em atividades pessoais, profissionais e sociais (UNESCO, 2016, p. 29)

Além de definir o conceito, a GRIZZLE (2016) apresenta os preceitos nos quais os projetos de AMI devem se pautar, os resultados que se espera obter. Portanto, ao final do processo, se espera que o indivíduo possa

## compreender o papel e as funções das mídias e de outros provedores de informação nas sociedades democráticas; ## compreender as condições nas quais essas funções possam ser realizadas; ## reconhecer e articular a necessidade informacional; ## localizar e acessar informações relevantes; ## avaliar com senso crítico, em termos de autoridade, credibilidade e finalidade atual, a informação e o conteúdo das mídias e de outros provedores de informação, incluindo aqueles na internet; ## extrair e organizar a informação e o conteúdo midiático; ## sintetizar ou trabalhar com as ideias abstraídas do conteúdo; ## comunicar para um grupo de pessoas ou leitores, com ética e responsabilidade, sua compreensão sobre o conhecimento criado, em uma forma ou meio de comunicação apropriado; ## aplicar as habilidades em TIC para processar a informação e produzir conteúdo gerado por usuários; e ## engajar-se nas mídias e em outros provedores de informação, incluindo aqueles na internet, para autoexpressão, liberdade de expressão, diálogo intercultural e participação democrática (GRIZZLE, 2016, p. 14)

Para que estas premissas sejam difundidas socialmente, a UNESCO propõe algumas abordagens para facilitar a compreensão e aplicação dos conceitos de acordo

---

com a realidade social, política e econômica de cada local. Elas podem, inclusive, ser complementares.

A abordagem da convergência, por exemplo, está mais ligada a infraestrutura governamental necessária para a elaboração de programas de AMI nas mais diversas áreas. Ela é complementada pela abordagem baseada nos direitos humanos “a fim de garantir consistência e harmonia entre as políticas que se sobrepõem” (GRIZZLE, 2016, p.30), fortalecendo os deveres do Estado e as reivindicações dos detentores de direitos.

Para além destas, existe a abordagem do empoderamento que consiste em capacitar o sujeito a interagir e comunicar-se criticamente com os conteúdos gerados pelas diversas mídias, superando uma simples estratégia de protecionismo. Combinada com a abordagem da sociedade do conhecimento, que destaca a importância do acesso igualitário e universal a educação e informação para todos os indivíduos, respeitando-se o multiculturalismo e a liberdade de expressão. Tudo isso conversa diretamente com a abordagem de diversidade cultural e linguística, que levanta a importância das línguas locais e do intercâmbio de conhecimento através delas; e com abordagem baseada em gênero e desenvolvimento, que coloca o homem e a mulher em posição igualitária (GRIZZLE, 2016).

Já Bauer (2012) tem uma visão que sistematiza a Educação Midiática em categorias. Ele se aproveita dos conceitos de Baake (1997), que definiu quatro níveis de Alfabetização Midiática:

- Conhecimento de mídia: saber como o sistema da mídia é construído, como está funcionando – relacionado à tecnologia, à economia, à política, à lei e aos valores sociais – e sob que condições a mídia preenche seu papel social ou apresenta funções problemáticas para o discurso público da sociedade;
- Análise de mídia: análise de conteúdos, efeitos, os modos e interesses do sistema industrial de produção da mídia, e entendimento da posição de seus potenciais e poderes;
- Crítica de mídia: saber avaliar o papel dos programas da mídia relacionados à auto-observação crítica da sociedade e ao desenvolvimento pessoal de conhecimento e orientação de vida;
- Organização/arranjo de mídia: ganhar habilidades de participação social por meio de trabalho produtivo no contexto das mídias e aprender a expressar a si mesmo por meio das mídias (BAUER, 2016, p.08).

Porém, ao se utilizar dessa classificação, Thomas Bauer chama atenção para que esses conceitos não sejam empregados de uma maneira instrumental, que se aproxima da abordagem funcionalista da comunicação. Deve-se levar em consideração o sujeito como

---

um ser ativo na formação cultural da sociedade, como um negociador de sentidos em todo o processo de produção e recepção, suas nuances e fusões (BAUER, 2012).

As duas maneiras de enxergar a Educação Midiática apresentadas até agora mostram de maneira clara e concisa O QUE fazer para empoderar o sujeito diante do contexto social e do cenário midiático que nos circunda. Entretanto, não mostram COMO fazer. Neste sentido, a visão latino-americana da Alfabetização Midiática, chamada de Educomunicação, apresenta uma solução muito pertinente. Primeiramente, é importante salientar que a preocupação do professor Bauer é solucionada colocando o sujeito e as interações entre os atores sociais como pontos centrais do processo. Isso ocorre logo na definição de Educomunicação:

Conjunto das ações inerentes ao planejamento, implementação e avaliação de processos, programas e produtos destinados a **criar e a fortalecer “ecossistemas comunicativos”**, qualificados como abertos e participativos, garantidos por uma gestão democrática dos processos de comunicação **nos diferentes ambientes de relacionamento humano** (envolvendo, no caso, em igualdade de condições, a comunidade como um todo, seja ela educativa ou comunicativa); ampliar o potencial comunicativo e as condições de expressividade dos indivíduos e grupos humanos, mediante práticas culturais e artísticas, assim como através do uso dos recursos disponibilizados pela era da informação, **tendo como meta prioritária o reconhecimento do protagonismo infantojuvenil**; favorecer referenciais e metodologias que permitam às comunidades humanas relacionarem-se, enquanto sujeitos sociais, com o sistema midiático (SOARES, 2014, p.17).

É interessante observar que o conceito é parecido com os outros já apresentados. Porém, há uma diferença vital que é, justamente, a preocupação com o desenvolvimento não só do sujeito, mas do ambiente que o circunda. O termo “ecossistema comunicativo” é um exemplo disto. Se trata de

uma figura de linguagem para nomear um ideal de relações, construído coletivamente, em dado espaço, em decorrência de uma decisão estratégica de favorecer o diálogo social, levando em conta, inclusive, as potencialidades dos meios de comunicação e de suas tecnologias (SOARES, 2011, p.44).

Portanto, é importante destacar, que, ao contrário do que Martin-Barbero (1997) dizia, um ecossistema comunicativo não é formado apenas pela ambiência criada pelas



---

novas tecnologias e pelas possibilidades que elas proporcionam. É necessário ir além e pensar de acordo com os conceitos da Educomunicação, que discorre sobre um ambiente onde “as normas que regem o convívio passem a reconhecer a legitimidade do diálogo como metodologia de ensino, aprendizagem e convivência, [...] pela opção por um tipo de convívio humano” (SOARES, 2011, p.45). Portanto, tenta-se quebrar os ecossistemas fechados, condicionados pelo *status quo*.

Nesse sentido, a Educomunicação tem uma proposta que dá conta de COMO realizar essa transformação de um ambiente fechado em um ecossistema comunicativo. Esse processo acontece por meio da elaboração de projetos, segundo áreas de intervenção, que “representam os possíveis tipos de ação a partir dos quais a comunidade é despertada para o novo, podendo perceber com mais facilidade o pensamento qualificado pela ação educacional, com ela dialogando” (SOARES, 2011, p.48).

São sete áreas de intervenção (ALMEIDA, 2016, p.12). A primeira delas é a Educação para a Comunicação, que tem como objetivo principal capacitar os participantes para a prática da comunicação dialógica, usando ou não as tecnologias. A segunda é a pedagogia da comunicação, que consiste em utilizar os recursos da comunicação para facilitar a construção do conhecimento. A terceira é a gestão da comunicação, que pretende implantar e otimizar fluxos de comunicação em ecossistemas comunicativos. A quarta é a mediação tecnológica na educação que trabalha com a inserção de tecnologias na educação. A quinta é produção midiática educativa cujo próprio nome é autoexplicativo, bem como a sexta área, expressão comunicativa por meio de linguagens artísticas. A sétima, e última, é a epistemologia da Educomunicação, que consiste na reflexão teórica do campo (SOARES, 2014).<sup>3</sup>

Dessa maneira, é importante chamar atenção para a importância da Educomunicação, de modo que ela forneça meios concretos, uma operacionalização, uma maneira prática de aplicação dos conceitos de Educação Midiática já expostos neste artigo, tanto pela própria área, quando por Bauer (2012) e pelos relatórios da UNESCO (UNESCO, 2016); (GRIZZLE, 2016).

---

<sup>3</sup> Por conta da limitação espacial e das próprias intenções deste artigo, para quem desejar se aprofundar pode encontrar este conteúdo em Soares (2011); Soares (2014); Almeida (2016) e Cunha (2017).

---

### 3. Alfabetização Midiática e Informacional como instância de mediação

Tendo em vista a importância da Alfabetização Midiática e Informacional para a participação efetiva do cidadão no espaço público midiático, especialmente no jornalismo, neste tópico apresentaremos as instâncias de mediação de Orozco (2005), que permitirão, mais adiante, pensar a própria AMI como uma instância de mediação.

As mediações, ou seja, as interações micro e macrosociais as quais o indivíduo está submetido fazem com que ele negocie os sentidos dos conteúdos midiáticos das mais diversas maneiras e criam a possibilidade, inclusive, dele ser produtor (BARBERO, 1997).

Orozco (2005) sistematiza essas mediações em quatro tipos: cognitiva, situacional, institucional e de referência. É interessante observar que o autor usa a televisão como objeto de estudo, entretanto, essa realidade pode ser levada para as outras mídias, com algumas adaptações que serão feitas.

As mediações cognitivas apontam que, apesar de o receptor ser ativo, ele não está isento de processos históricos, culturais e, até mesmo, genéticos. Portanto, alguns comportamentos do indivíduo se dão em forma de *script*, definido como “uma representação mental ordenada de uma sequência (sic) de eventos, dirigida à obtenção de uma ou várias metas” (OROZCO, 2005). O foco está na atuação do sujeito de maneira consciente, de modo que os acordos e consensos culturais dão o tom de como será interpretação dos conteúdos e, por conseguinte, a interação dele com os outros.

As mediações situacionais, como o próprio nome já oferece a pista, chamam atenção para a importância do contexto no qual o indivíduo recebe o conteúdo midiático. A interpretação dele pode mudar, por exemplo, somente pelo fato de estar sozinho ou com outras pessoas, porque a interação entre os pares gera novas informações. Outro ponto interessante é o nível de atenção. Por mais que a pessoa esteja em frente a um computador lendo uma notícia, ou no Youtube, ou assistindo televisão, ela precisa estar atenta para absorver todo o conteúdo, senão a recepção é prejudicada (OROZCO, 2005).

Entretanto, o processo de recepção não acontece apenas quando estamos diante das telas, porque ele não é individualizado e, sim, derivado de um contexto social. A partir dessa constatação, outra mediação importante é a institucional. A família, as instituições políticas, a escola e a própria mídia são exemplos disso, porque carregam consigo uma esfera de significação que está inserida na cultura do sujeito e exerce pressões, visões,

---

formatações que influenciam a maneira dele ver o mundo e, conseqüentemente, sua assimilação e interpretação dos conteúdos midiáticos.

Por fim, existem as mediações de referência. A etnia e a origem social são exemplos, de modo que mostram diferenças nos gostos de cada grupo e delimitam quais conteúdos serão acessados. A idade é outro fator importante que está atrelado a isso, mas envolve, também, uma questão de competência na interpretação dos conteúdos.

Portanto, ao demonstrar essa categorização, se deve ter em mente que ela não é estanque, porque, apesar de reconhecer a capacidade crítica e ativa do receptor e seu potencial de ser produtor, é importante apontar que o processo de recepção é mais complexo que essa dualidade.

Neste sentido, em texto mais recente, Orozco (2014) chama atenção para a necessidade do surgimento de uma cidadania comunicativa que se pauta em duas perguntas. “De um lado, a questão sobre o que um cidadão deve aprender ante as telas e, por outro, sobre como facilitar-lhe esse aprendizado a partir de uma intencionalidade educativa contemporânea” (OROZCO, 2014, p.98).

Esse questionamento reforça a mediação da institucionalidade, na medida em que, como já foi dito, as pessoas lidam com as instituições e seus códigos ao interagir, diariamente, com as telas. Além disso, chama atenção para uma midiaticidade, “que é um termo que engloba tudo o que tem a ver com o próprio meio ou com o suporte tecnológico como tal e com as possibilidades de expressão (OROZCO, 2014, p. 100). Então, para uma notícia ser veiculada, por exemplo, cada meio (rádio, televisão, jornal, internet – e todos os formatos inerentes a ela) leva em consideração suas diversas e variadas estéticas.

Portanto, conclui o autor, todo esse cenário “influencia diretamente na construção das representações midiáticas que finalmente chegam ao cidadão nas telas. Por essa razão que são necessárias as alfabetizações múltiplas” (OROZCO, 2014, p.100).

Dessa maneira, se chega a questão da interatividade - a possibilidade de se interagir com os meios para além de uma dimensão meramente interpretativa. Não se trata apenas, como diz o autor, de “educar o olhar”, mas, também, desenvolver a capacidade para a produção, de modo que o receptor pode se tornar emissor de produtos midiáticos audiovisuais.

Entretanto, na tentativa de contribuir com os estudos de Orozco, problematizo que essa cidadania comunicativa pode ser alcançada de maneira mais ampla, ao pensar que a Educação Midiática, por vias da Alfabetização Midiática e Informacional (UNESCO,

2016) é uma instância de mediação. Do meu ponto de vista, a Alfabetização Midiática e Informacional é o melhor caminho para a aplicação dessa perspectiva de maneira global por duas razões. A primeira delas é que o conceito é bastante claro e operacional, inclusive pensando a AMI como sendo uma mediação. Segundo, porque a UNESCO é uma entidade global e já se preocupa com as particularidades de cada local na formulação do conceito. Isso pode ser observado nas diversas abordagens propostas, porque uma delas pode se encaixar melhor em um contexto do que outra. Apesar disso, reconheço que as áreas de intervenção praticadas pela Educomunicação podem ser de grande importância na formulação de projetos.

Para pensarmos a AMI como instância de mediação, temos que lembrar do cenário que nos circunda. Logo de saída, as perspectivas são de que a produção é muito menos ativa do que se imaginava, porque os meios e, principalmente a internet, apesar de oferecerem possibilidades de participação, ainda não o fazem de maneiras claras e objetivas. Para além disso, é importante ressaltar que as experiências passadas e presentes do indivíduo, ou seja, as mediações nas quais ele esteve e está em contato, são o ponto de partida para a criação deste conteúdo e para a participação ser efetiva.

Portanto, a Alfabetização Midiática e Informacional se torna uma “mediação-mestra”. Fazendo uma metáfora, é como se ela fosse um holofote, de maneira em que precede todas as outras mediações e ilumina as percepções do indivíduo acerca do contexto que o circunda.

Por meio da AMI é possível empoderar o sujeito para que a participação seja mais efetiva, aproveitando melhor as brechas do sistema e criando outras. Além disso, as pressões ideológicas institucionais provenientes da mídia seriam diluídas, porque o indivíduo teria uma maior capacidade de questionar aqueles conteúdos. Aí sim, de fato, poderíamos ser otimistas com relação aos potenciais democráticos da internet.

Entretanto, as pessoas não criam essas capacidades da noite para o dia, é necessário um longo processo de transformação cultural, baseado em tentativa e erro.

O que está em jogo, é preciso ressaltar, não é somente o domínio prático de um novo instrumento, mas o situar-se ativa e criticamente em uma epistemologia distinta e em uma estratégia cognitiva do intercâmbio, da ação criativa e não somente da memorização e repetição, em que o experimentar e o arriscar vão permitindo o conhecer e o produzir, e finalmente o aprender (OROZCO, 2014, p.100).

---

#### **4. Conclusão - Alfabetização Midiática e Informacional como instância de mediação no jornalismo**

Após a exposição e explicação desse contexto no qual o indivíduo é menos ativo do que o esperado e propor a Alfabetização Midiática e Informacional como instância de mediação para reverter este quadro, é importante discutir quais os efeitos dessa prática no jornalismo.

Para tal, propomos o resgate dos resultados da pesquisa de Borger et.al (2012). No estudo, os autores apresentam a ideia de que a participação não acontece em atividades jornalísticas chave. A produção de conteúdo está apenas atrelada a envio de vídeos e comentários, ou seja, o indivíduo não tem o controle do processo de fabricação de notícias.

Esse cenário pode ser alterado, por exemplo, com medidas de Alfabetização Midiática e Informacional que proporcionam ao sujeito

## compreender o papel e as funções das mídias e de outros provedores de informação nas sociedades democráticas; ## compreender as condições nas quais essas funções possam ser realizadas [...] ## aplicar as habilidades em TIC para processar a informação e produzir conteúdo gerado por usuários; e ## engajar-se nas mídias e em outros provedores de informação, incluindo aqueles na internet, para autoexpressão, liberdade de expressão, diálogo intercultural e participação democrática (UNESCO, 2016, p. 14)

Para esses princípios serem alcançados, podem ser desenvolvidos projetos educacionais, com foco, por exemplo, nas áreas de intervenção de Educação para Comunicação e Produção Midiática Educativa (ALMEIDA, 2016). É exatamente por isso que destacamos no artigo a importância da Educomunicação, porque ela fornece as bases para que a teoria possa virar prática.

Dessa forma os indivíduos, desde a infância, têm contato com mediações que introduzem o protagonismo e proporcionam a emancipação do sujeito através da produção jornalística e da reflexão a respeito do papel dos meios de comunicação na sociedade. Logo, se espera que o indivíduo, naturalmente, possa ser mais ativo e a participação dele nos conteúdos jornalísticos seja mais efetiva, tanto quantitativamente, quanto qualitativamente.

Para além disso, o estudo de Borger et.al (2012) apresenta que o jornalismo industrial (“tradicional”) evoluiu de maneira muito lenta e os profissionais ainda não estão

---

preparados para lidar com este novo cenário. Assim, acabam não utilizando os conteúdos gerados por usuário da melhor forma possível. Ora, este é um quadro que pode ser revertido ao pensar nas potencialidades democráticas da Alfabetização Midiática e Informacional. Afinal, quando é conferido aos indivíduos a capacidade de conhecer como funciona o sistema, fica mais fácil de encontrar brechas para a valorização da participação. Além do que, como já foi mencionado acima, a qualidade dos conteúdos será maior, podendo ser veiculados com maior facilidade pelos meios de comunicação.

Sendo assim, dado este novo cenário a ser alcançado, seria possível até voltarmos a ser otimistas com relação ao potencial da internet. É possível até falar do precursor do jornalismo participativo, o jornalismo público que tem em uma de suas premissas a necessidade de “capacitar as pessoas comuns, permitindo-lhes expressar os seus pontos de vista sobre assuntos públicos e moldar a agenda de notícias” (BORGER, et.al., 2012, p.125 – tradução nossa)

Portanto, acreditamos que é possível criar uma comunicação e, conseqüentemente, um jornalismo, mais democrático, participativo e horizontal a partir do estabelecimento da Alfabetização Midiática e Informacional como instância de mediação. Esse processo proporcionaria a emancipação do sujeito e daria capacidade de ele questionar o sistema e calcar brechas para a participação. Naturalmente, os meios de comunicação tradicionais, percebendo essa movimentação, agiriam de maneira a incluir os conteúdos e proposições em sua agenda de forma programática e não apenas visando interesses lucrativos. Sabemos que é uma proposta nova e otimista, entretanto, como disse o próprio Orozco (2014) esse processo não acontece do dia para a noite. Precisamos começa-lo para alcançarmos uma cidadania comunicativa e muito mais.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, L. B. C. **Projetos de intervenção em Educomunicação**. Disponível em: <http://bit.ly/2wUOCTP>

CAPRINO, M.; SANTOS, M.; **Alfabetização midiática e conteúdo gerado pelo usuário no telejornalismo**. C&S – São Bernardo do Campo, v. 34, n. 1, p. 109-130, jul./dez. 2012

GOMES OROZCO, G. **Educomunicação: Recepção midiática, aprendizagens e cidadania**. Paulinas. 2014.

---

GOMES OROZCO, G. **O telespectador frente à televisão. Uma exploração do processo de recepção televisiva.** In. *Communicare*, São Paulo, v.5, n: 1, p. 27-42, 2005

BAUER, T.; **O valor público da *Media Literacy*.** *Líbero* – São Paulo – v. 14, n. 27, p. 9-22, jun. de 2011

SOARES, I. de O. **A Educomunicação na América Latina: apontamentos para uma história em construção.** In: Roberto Aparici. (Org.). *Educomunicação para além do 2.0*. 1 ed. São Paulo: Paulinas, 2014, v. 1, p. 7-27, 2014.

SOARES, I. de O. **Educomunicação: o conceito, o profissional, a aplicação.** Paulinas. 2011.

MARTIN-BARBERO, J. **Dos meios as mediações.** UFRJ. 1 ed. 1997

GRIZZLE, A. **Alfabetização midiática e informacional: diretrizes para a formulação de políticas e estratégias.** Brasília : UNESCO, Cetic.br, 2016.

BORGER, M.; VAN HOOFF, A.; MEIJER, I. C.; SANDERS, J. **Constructing participatory journalism as a scholarly object,** in: *Digital Journalism*, p.117-134, Disponível em: 10.1080/21670811.2012.740267

UNESCO. **Marco de Avaliação Global da Alfabetização Midiática e Informacional (AMI):** disposição e competências do país. – Brasília : UNESCO, Cetic.br, 2016. 138 p., ilus.

PRIMO, A. **Crítica da cultura da convergência: participação ou cooptação.** In: Elizabeth Bastos Duarte, Maria Lília Dias de Castro. (Org.). *Convergências Midiáticas: produção ficcional – RBS TV. Convergências Midiáticas: produção ficcional - RBS TV.* Porto Alegre: Sulina, 2010, p. 21-32.

RUBLECKI, A. **Agendamento e mediação jornalística no jornalismo líquido.** In. *Comunicologia - Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília*. nº 9, 2011, p. 48-61.

BRAMBILLA, A; ROCHA, J. **Comunicação relacional e as mediações possíveis no Jornalismo Colaborativo.** In: *SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo VII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo USP (Universidade de São Paulo).* Anais... São Paulo. USP. 2009.