

Sessão 1

Media e construção da realidade

Questão central: os media mostram a realidade ou constroem representações da realidade?

Luísa Magalhães
luisamagalhaes@ucp.pt



Ponto de partida

Da cultura visual à leitura crítica

A comunicação contemporânea é construída através de imagens, vídeos, interfaces digitais e narrativas visuais.

As mensagens mediáticas resultam de escolhas.
A escola deve tornar essas escolhas visíveis.
O professor mobiliza a sua disciplina como ferramenta crítica.

“A imagem não é neutra.”

Proposta de ação “Literacia Mediática”



Objetivos da sessão

No final, cada grupo terá iniciado o seu projeto

Distinguir facto, informação, interpretação e opinião.
Identificar seleção, enquadramento, fontes, público e intenção.
Comparar representações mediáticas do mesmo acontecimento.
Formular uma questão-problema ligada à disciplina.
Criar a Carta de Projeto para as sessões seguintes.



Percurso de 2 horas

Do problema mediático à Carta de Projeto

Tempo	Momento	Produto/decisão
0–10 min	Provocação inicial	Duas notícias, uma realidade?
10–40 min	Conceitos fundamentais	Media, informação, seleção e framing
40–55 min	Ecossistema atual	Plataformas, redes e circulação
55–95 min	Laboratório de análise	Comparação de conteúdos mediáticos
95–110 min	Carta de Projeto	Tema, questão e fontes iniciais
110–120 min	Mercado + síntese	Pitch de grupo e exit ticket

Provocação inicial

Duas notícias, uma realidade?

Comparar duas manchetes sobre o mesmo acontecimento.

O acontecimento é o mesmo?
A história contada é a mesma?
Que título orienta mais a interpretação?
Quem aparece como protagonista?
O que é valorizado, omitido ou secundarizado?

Regra: primeiro observar diferenças; só depois avaliar rigor, qualidade ou viés.



O que entendemos por media?

De meios tradicionais a plataformas digitais

Imprensa, rádio, televisão, cinema e publicidade.

Websites, redes sociais, motores de pesquisa e plataformas de vídeo.

Podcasts, influencers, produtores independentes e conteúdos mediados por IA.

Utilizadores como consumidores, produtores, distribuidores e comentadores.

PRODUTORES ↔ PLATAFORMAS ↔ ALGORITMOS ↔ UTILIZADORES ↔ REDES

Literacia mediática

Mais do que encontrar informação

“Media literacy enables individuals to critically access, analyze, evaluate, and create content across diverse platforms.”

UNESCO — Media literacy

Na escola, a pergunta muda:

“O aluno encontrou informação?”



“O aluno consegue avaliar a informação que encontrou?”



Informação não é conhecimento

O acesso não garante compreensão crítica

Dado

Elemento isolado

Informação

Dados organizados e contextualizados

Interpretação

Significado atribuído à informação

Conhecimento

Integração crítica em estruturas de compreensão

Juízo

Posição fundamentada e responsável

Debate: mais informação torna necessariamente alguém mais informado?

Todo o conteúdo mediático implica seleção

A literacia começa por tornar escolhas visíveis

Selecionar não significa necessariamente manipular. A seleção é inevitável.

Escolha	Pergunta crítica
Tema	Porquê este assunto?
Fontes	Quem tem voz?
Imagem	Porquê esta imagem?
Título	Que aspeto é destacado?
Ausências	O que ficou de fora?



Enquadramento / framing

Seleção + saliência

Enquadrar é selecionar aspetos de uma realidade percebida e torná-los mais salientes na mensagem.

Mesmo fenómeno

Pode ser enquadrado como...

Alterações climáticas

problema ambiental • económico • social • político • científico

Migrações

problema humanitário • laboral • demográfico • cultural • securitário

Inflação

consumo • políticas públicas • mercados • salários • expectativas

Duas mensagens podem ser factualmente corretas e orientar interpretações diferentes.

Protocolo das 8 perguntas

O que ensinar os alunos a perguntar?

1. Quem produziu?
2. Quando e onde?
3. Para quem?
4. Porquê?
5. Com que fontes?
6. Como foi construída?
7. O que falta?
8. Comparado com quê?



Laboratório de análise

Comparar 2–3 representações mediáticas do mesmo tema

Dimensão	Fonte A	Fonte B	Fonte C
Título / legenda			
Autoria / meio			
Fontes citadas			
Imagem / dados			
Palavras-chave			
Perspetiva dominante			
Informação ausente			
Enquadramento possível			

Missões disciplinares

Cada grupo adapta a análise à sua área

Grupo	Objeto preferencial	Missão
Português / Línguas	Notícias, discursos, posts	Linguagem, títulos, modalização e construção discursiva
História / Filosofia / Sociais	Fontes, propaganda, campanhas	Contexto, poder, perspectiva e argumentação
Geografia / Economia / Matemática	Mapas, gráficos, dados	Confrontar narrativa com dados, escala e evidência
Ciências	Notícias científicas, conteúdos virais	Distinguir afirmação, evidência e conclusão
Artes / Desenho / HCA	Fotografias, capas, publicidade	Composição, enquadramento e construção visual

Todos seguem o mesmo protocolo; cada grupo escolhe objetos e produtos próprios.

Do conteúdo mediático à aula

Transformar análise em projeto pedagógico

Disciplina: onde pode ser trabalhado?

Turma/ano: para que alunos?

Conteúdo curricular: que aprendizagem é mobilizada?

Problema mediático: que competência crítica queremos desenvolver?

Questão-problema: o que os alunos terão de investigar?

Fontes: que materiais reais podem analisar?

Meta: sair da sessão com um projeto viável, não com uma ideia genérica.



Carta de Projeto

Produto da Sessão 1

Título provisório	
Disciplina(s)	
Ano de escolaridade	
Tema curricular	
Questão-problema	
Objeto mediático	
2–3 fontes iniciais	
Competência de literacia mediática	
Produto possível dos alunos	

Exemplos de questões-problema

Modelos adaptáveis às disciplinas

Português	Como pode a escolha das palavras alterar a interpretação de uma notícia?
História	Como fontes diferentes constroem representações diferentes do mesmo acontecimento?
Filosofia	Uma mensagem convincente é necessariamente um bom argumento?
Economia	Os dados económicos confirmam aquilo que a manchete afirma?
Geografia	Como mapas diferentes representam de formas diferentes o mesmo território?
Ciências	Esta notícia apresenta evidência científica ou apenas linguagem científica?
Artes	Como pode o enquadramento de uma imagem alterar o significado?

Mercado de ideias

Partilha rápida e feedback leve

Pitch de 1 minuto por grupo

Estamos a trabalhar...
Queremos investigar...
Vamos utilizar...
A nossa questão-problema é...

Feedback dos colegas: uma pergunta ou uma sugestão.

Exit ticket: “Agora considero importante perguntar...”



Avaliação formativa da sessão

Critérios para orientar a melhoria

Critério	Indicador
Participação	Contribui para discussão e trabalho coletivo
Análise crítica	Identifica diferenças relevantes entre conteúdos
Fontes	Reconhece autoria, contexto e evidências
Enquadramento	Identifica seleção, destaque e ausências
Transferência curricular	Relaciona literacia mediática com a disciplina
Questão-problema	Formula um problema claro, aberto e investigável

Semáforo:  **avança autonomamente**  **precisa de decisão**  **requer reformulação**

Entre a Sessão 1 e a Sessão 2

Trabalho autónomo do grupo

Consolidar a questão-problema.
Selecionar 3–5 conteúdos ou fontes.
Justificar a escolha dos materiais.
Identificar a aprendizagem/conteúdo curricular associado.
Trazer uma imagem significativa para análise na sessão seguinte.

Entregável: Carta de Projeto — versão 1.1

Objetivo: ensinar os alunos a perguntar melhor, comparar fontes e construir interpretações fundamentadas.



Referências essenciais

Para citação e fundamentação da sessão

Direção-Geral da Educação. (2023). Referencial de Educação para os Media — Educação Pré-Escolar, Ensino Básico e Ensino Secundário.

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58.

UNESCO. Media and Information Literacy / Media literacy.

Potter, W. J. (2018). Media Literacy. Thousand Oaks: Sage.

Jenkins, H. (2009). *Confronting the Challenges of Participatory Culture*. MIT Press.

Berger, J. (1972). *Ways of Seeing*. Penguin; Mirzoeff, N. (2015). *How to See the World*. Pelican.

Referências da proposta da ação: Potter, Jenkins, Rose, Mirzoeff, Mitchell e Berger.