

# UNINDO CRITICIDADE, CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO EM PROJETOS DE MÍDIA-EDUCAÇÃO PARA NOVAS GERAÇÕES

## UNITING CRITICITY, CREATIVITY AND INNOVATION IN MEDIA-EDUCATION PROJECTS FOR NEW GENERATIONS

Mariana Pícaro Cerigatto 1

**Resumo:** A partir de conceitos da mídia-educação e também de características das novas gerações, o presente trabalho apresenta atividades desenvolvidas em uma turma no Ensino Superior com os memes, em duas etapas: leitura crítica e produção midiática. O objetivo foi desenvolver habilidades de criticidade das mensagens midiáticas, no novo cenário de cultura digital participativa. Por meio de técnicas específicas da mídia-educação, foi possível compreender a função da linguagem do meme e seu teor ideológico. Após isso, os alunos tiveram que produzir seus próprios memes, recorrendo a conceitos acadêmicos vistos em sala de aula, e recriando novos textos dentro da dinâmica do ambiente digital. De maneira geral, foi possível unir criatividade, inovação e criticidade, em uma prática colaborativa e ativa de aprendizagem.

**Palavras-chave:** Mídia-educação. Criticidade. Criatividade. Inovação. Novas gerações.

**Abstract:** Based on concepts of media education and also on the characteristics of new generations, the present work presents activities developed in a class in Higher Education with memes, in two stages: critical reading and media production. The objective was to develop criticality skills of media messages, in the new scenario of participatory digital culture. Through specific media-education techniques, it was possible to understand the function of the meme's language and its ideological content. After that, students had to produce their own memes, using academic concepts seen in the classroom, and recreating new texts within the dynamics of the digital environment. In general, it was possible to combine creativity, innovation and criticality, in a collaborative and active learning practice.

**Keywords:** Media literacy. Criticality. Creativity. Innovation. New generations.

## Introdução

Don Tapscott (2008), em seu livro *Grown Up Digital*, lista as características das novas gerações. A obra é baseada em pesquisa realizada no ano de 2007, em 12 países, incluindo Brasil, Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Alemanha, França, Espanha, México, Rússia, China, Japão e Índia, com 9.442 pessoas entre 13 e 61 anos, que responderam um questionário on-line.

Chamada de “geração Z”, a nova geração é composta por indivíduos nascidos a partir do ano de 1994. É formada por jovens que valorizam a liberdade de forma geral, gostam de coisas customizadas, têm facilidade de trabalhar e agir de forma colaborativa, gostam do diálogo e não do discurso e gostam de consumir entretenimento, pois desejam divertir-se a toda hora (seja no trabalho ou em situações de aprendizagem). E ainda, foi constatado que os jovens dessa geração lidam melhor com o quesito de inovação em suas vidas.

A partir dessa pesquisa, a proposta do presente trabalho foi desenvolver estratégias ativas de aprendizagem mais atentas às características da nova geração. O texto demonstra ações de mídia-educação calcadas na criticidade, a criatividade e na inovação, dentro de uma perspectiva colaborativa e ativa de aprendizagem.

Mídia-educação é uma área interdisciplinar de ensino e aprendizagem, cujo principal objetivo é desenvolver habilidades críticas de leitura e de escrita de mídia, usando as tecnologias e linguagens (SIQUEIRA, 2014). Não se relaciona mídia-educação apenas à vertente de produção midiática – mas também ao entendimento crítico dos textos midiáticos, assim como suas funções em sociedade. Mídia-educação ainda não se resume a procedimentos instrumentais, que focam o uso da mídia para transmitir conteúdo pedagógico (FANTIN, 2012).

Bévort e Belloni (2009) discorrem sobre uma conceituação mídia-educação, considerada mais abrangente:

[...] todas as maneiras de estudar, aprender e ensinar em todos os níveis (...) e em todas as circunstâncias, a história, a criação, a utilização e a avaliação das mídias enquanto artes práticas e técnicas, bem como o lugar que elas ocupam na sociedade, seu impacto social, as implicações da comunicação mediatizada, a participação, a modificação do modo de percepção que elas engendram, o papel do trabalho criativo e o acesso às mídias (UNESCO, 1984 apud BÉVORT; BELLONI, 2009, p. 1086).

A Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (Unesco) tem sido uma importante instituição para a promoção de ações e referenciais de mídia-educação em todo o mundo. A expressão “educação para as mídias” ou “mídia-educação”, ou então *media literacy* aparece nos anos de 1960, particularmente, disseminada pela organização. Em um primeiro momento, admite-se a capacidade dos meios de comunicação de massa de alfabetização de larga escala, ou seja, se assume o “poder” que as mídias de massa têm, funcionando como verdadeiros “meios de educação a distância”. Mas a mesma expressão também resume a preocupação de educadores e intelectuais com a influência destas mídias, em relação à manipulação política, à falta de ética e à consequente necessidade de desenvolver abordagens críticas, de preparar, então, para lidar com as mídias de forma mais reflexiva. (GONNET, 2004).

Em 1973, a Unesco define a mídia como objeto de estudo, e liga a isso a necessidade de leitura crítica, segundo a revisão de Bévort e Belloni (2009). Considera-se a mídia-educação como parte de um campo específico e autônomo de conhecimentos, na teoria e na prática pedagógica. Essa concepção difere da mera utilização das mídias como auxiliares no ensino e na aprendizagem.

Recentemente, a Unesco (WILSON et al, 2013) tem associado a mídia-educação com outras áreas de alfabetização, e também à criatividade e à inovação. Tem-se valorizado aqui, especificadamente, o engajamento dos jovens juntos às mídias sociais e suas habilidades para criar conteúdos usando diversas linguagens midiáticas.

A mídia-educação, ao ser incorporada em projetos pedagógicos, são favoráveis para viabilizar experiências e estratégias de aprendizagem mais ativas em sala de aula, que se caracterizam pela “inter-relação entre educação, cultura, sociedade, política e escola, sendo desenvolvida por meio de métodos ativos e criativos, centrados na atividade do aluno com a intenção de propiciar a

aprendizagem” (ALMEIDA, 2017, p. 12).

Neste sentido, o presente trabalho explora atividades que visaram contemplar habilidades e valores que os sujeitos dessa nova geração possuem em meio à cultura digital em que convivem. Os jovens da nova geração lidam diferente com o cenário da comunicação e consumo de informação – são capazes de colocar em ação diversos mecanismos e habilidades de leituras, interagem de maneira mais ativa com os conteúdos, e, ao mesmo tempo em que consomem, são também produtores de narrativas do cenário de cultura participativa (JENKINS, 2009).

A experiência foca a linguagem dos memes junto a alunos da disciplina de Teorias da Comunicação, do curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda, da Universidade Tirantes, do primeiro período do curso. Esses alunos estão na faixa etária dos 17 aos 24 anos.

As atividades ocorreram e dois eixos: a etapa de leitura crítica e outro eixo de produção midiática, contemplando aspectos de inovação e criatividade. Em um primeiro momento, os alunos tiveram que compreender os memes dentro de uma perspectiva crítica. Posteriormente, criaram memes sobre conteúdos vistos em sala de aula, dentro de uma proposta de produção de conteúdo inovador e criativo – inovador porque os alunos tinham que inovar ao transpor conteúdos formais e acadêmicos para formatos não tradicionais, usando linguagens da internet. Criativo porque eles tinham que elaborar memes inéditos, chamativos, com uma combinação coerente entre imagem e texto.

No próximo tópico, são discutidos conceitos importantes sobre mídia-educação, cultura participativa, leitura crítica e produção de conteúdos midiáticos. Posteriormente, é apresentada a realização dos trabalhos, as técnicas pedagógicas empregadas e, finalmente, se parte para uma conclusão.

## **A educação para a mídia para o século 21: da criticidade à produção de conteúdos**

A mídia já está incorporada na vida de milhares de crianças, adolescentes e jovens, que sabem como baixar vídeos, como acessar as redes sociais, postar fotos; porém, muitas vezes, não refletem o uso que fazem e não têm habilidades críticas para avaliar as informações que recebem.

Os jovens da nova geração nascem no bojo de uma cultura participativa, mediada por ambientes virtuais. A cultura participativa é um termo usado por Jenkins (2009) para se referir à adesão popular da internet nos últimos anos, assim como uma postura mais ativa em relação à criação e compartilhamento de conteúdo. No entanto, o ambiente digital precisa ser compreendido a partir de concepções que considerem habilidades de apropriação críticas de conteúdo. O ideal é que se tire proveito desse cenário tanto como consumidor, mas também como cidadão, capaz de compreender formatos, linguagens e os conteúdos simbólicos por trás de novos textos da web.

O objetivo, por isso, não é só incentivar a apropriação de tecnologias e linguagens, mas como diversos atores midiáticos apresentam diversos pontos de vista.

Assim, a leitura crítica da mídia é fundamental para que haja uma melhor compreensão das relações de poder que desenham a cultura midiática (HESMONDHALGH, 2006).

A *media literacy*, que até então focava seus estudos mais na leitura crítica dos veículos de comunicação de massa, tem agora o desafio de olhar para os conteúdos gerados na internet. A proposta da mídia-educação, dentro dos paradigmas atuais declarados por Buckingham (2019) se compromete a identificar os papéis e intenções que o sistema midiático assume com a sociedade. Para Demo (2000), a competência crítica é uma importante habilidade para sociedades em rede, pois permite ter uma atitude mais reflexiva diante da informação, ainda mais sobre conteúdos que têm características fortes de tendenciosidade.

Assim, a proposta de leitura crítica dos meios de comunicação, dos produtos culturais e demais conteúdos deve atuar no contexto de “bios midiático” - conceito que é mencionado por Sodré (2003), em que a mídia é vista como um espaço no qual se dão as relações sociais atualmente, e que também representa “uma moralidade objetiva” em concordância com a ordem do consumo; espaço também que privilegia uma nova “doxa” (opinião) a partir da qual se constrói o valor social do outro (PAIVA; GABBAY, 2010).

Ações de *media literacy* não devem desprezar o desenvolvimento da percepção do contexto geral em que se produz a informação, sabendo identificar os artifícios da linguagem, os estereótipos,

as construções de consensos sobre um assunto, assim como a reflexão sobre as influências da ótica mercadológica na produção informacional, os usos políticos da informação e as visões hegemônicas.

Outra etapa importante e fundamental da mídia-educação diz respeito ao processo de produção, ou então a “escrita em mídia”. De acordo com Siqueira (2014), a produção midiática grupal e coletiva na escola favorece sua autoanálise e ajuda a consolidar critérios de leitura crítica da própria produção.

Assim, é importante que a análise da mídia esteja associada a atividades de produção, pois é nesta etapa que os estudantes conseguem colocar em prática o que aprenderam.

Assim, a criação de conteúdos e a análise crítica formam uma aliança recíproca - pois, se tenho leitores mais críticos, tenho produtores também mais conscientes de seu papel, em diversos contextos. Ambos contribuem para o projeto de inteligência coletiva na rede, acenado por Lévy (2003). Ou seja, desenvolver habilidades críticas, frente às atividades de produção de mídia, também fortalece a efetiva inserção na cultura da participação.

A cultura, a crítica, a criação e a cidadania são os “4C” da mídia educação, conforme desenvolve Fantin (2014). Atividades de mídia-educação estão relacionadas com a cultura, pelo fato de ampliar e diversificar os repertórios culturais; devem considerar habilidades de leitura crítica (análise, reflexão e avaliação de conteúdos); mídia-educação também envolve a criação, a criatividade, a expressão, a comunicação e a construção de conhecimentos. Por último, temos a associação à cidadania, já que atividades desta natureza permitem o exercício de cidadão ao se apropriar criticamente da mídia.

Forma-se, assim, uma proposta de mídia-educação para o contexto do século 21. Nesta perspectiva, expande-se o significado do que é ser alfabetizado hoje. No cenário de cibercultura, a alfabetização midiática se torna um conceito amplo, e não se restringe apenas ao fato de saber como acessar as mídias e produzir conteúdo por meio da tecnologia digital. Ser alfabetizado no mundo digital e de cultura midiática inclui práticas em que adquirimos habilidades que nos permitem atuar e participar como sujeitos críticos e ativos dos ambientes digitais de informação e comunicação. Saber intervir nestes espaços de forma significativa, tendo a capacidade para contestar informações, se expressar de forma criativa e ética, e gerar novas informações e conhecimentos por meio das diversas linguagens midiáticas e das ferramentas digitais são algumas das importantes tarefas da educação contemporânea.

Tanto docentes como alunos precisam se apropriar desse cenário de cultura midiática para que saibam tirar proveito dessas ferramentas e conteúdos para a aprendizagem, vida pessoal e profissional, participação cívica e política etc. “[...] Para uma sociedade tecnologicamente avançada [...], o objetivo é uma alfabetização ativa que permita à população utilizar a linguagem para aumentar a capacidade de pensar, criar e interrogar, de maneira que verdadeiramente participem da sociedade” (BAWDEN, 2002, p. 365).

## **Novas práticas alfabetizadoras em mídia-educação: usando os memes na aprendizagem ativa**

O cenário de novas mídias e suas linguagens pode ser muito útil para gerar conhecimento por meio da multimodalidade e produção transmídia (JENKINS et al, 2006). O trabalho com as mídias e a cultura participativa ainda vai ao encontro de perspectivas das metodologias ativas, que preza pelo protagonismo, inovação e criatividade (MORAN, 2017).

A partir disso, foi trabalhado, em sala de aula, com alunos do curso de nível superior em Publicidade e Propaganda, da Universidade Tiradentes, na faixa etária de 17 a 24 anos. A atividade reuniu os memes, princípios da mídia-educação e estratégias de aprendizagem ativa, como a aprendizagem colaborativa.

O desenvolvimento dessas atividades visou reunir aspectos que contemplam as expectativas da nova geração: trabalhar com a questão dos memes e tecnologias vai ao encontro de valores como liberdade, personalização e inovação, que são relevantes para os jovens, pois os mesmos valorizam a liberdade de criação, lidam bem com o quesito de inovação, que está intrinsecamente ligado às novas tecnologias. A personalização se faz presente também na criação, já que eles podem elaborar conteúdos que tenham mais relação com o contexto em que vivem. As atividades fazem ainda referência à questão do diálogo e da colaboração – os estudantes, hoje, preferem aprender

por meio da conversa, do diálogo, e da colaboração. Outro aspecto diz respeito ao entretenimento – já que os jovens buscam hoje aprender se divertindo também. Por isso, a escolha de trabalhar com o meme também é pensada nesta perspectiva, já que o objetivo é abordar um conteúdo acadêmico de maneira divertida e menos formal.

A metodologia aplicada nessas aulas recorre a técnicas pedagógicas baseadas em Buckingham (2003), que são meios mais comuns para promover a alfabetização midiática: análise textual, estudo do contexto, tradução e produção midiática. Nas técnicas de análise textual e de contexto, o objetivo é analisar os elementos de linguagem, padrões e associações feitas a eles; na tradução, o objetivo é desenvolver a capacidade de transpor narrativas, informações e conhecimentos de um contexto para o outro, em formatos e linguagens diferentes. E a técnica de produção midiática engloba a etapa de criação de conteúdos.

O trabalho ainda se delineia pela aprendizagem colaborativa, por meio da formação de equipes entre os alunos. A aprendizagem baseada em “times” ou equipes, segundo Valente (2017), remete a uma estratégia que gera oportunidades para desenvolver a colaboração e cooperação, tomada de decisão em equipe, e habilidade socioemocionais, como a amabilidade e a tolerância a capacidade de negociação entre o grupo (já que, muitas vezes, os membros vão ter que saber lidar com as diferenças).

A seguir, a descrição da proposta, dividida em dois eixos:

**- Eixo 1: leitura crítica de mídia**

Nesta primeira etapa, foram analisadas as linguagens dos memes, sua função enquanto conteúdo midiático etc.

Os memes, conforme destaca Araújo (2012), fazem parte da chamada cultura digital “trash”, caracterizada como um fenômeno da cibercultura que reflete a apropriação social da internet. “A partir de práticas interpretativas que surgem de baixo para cima, a tecnologia é adaptada aos valores e perspectivas do usuário” (ARAÚJO, 2012, p. 30). Há uma diversidade de modalidades assumidas, que para Fontanella (2011) são um “conjunto das práticas criativas ordinárias, realizadas por indivíduos comuns através da apropriação tática das mídias digitais para uso prazeroso, sem uma pretensão artística ou preocupação com padrões de qualidade técnica ou estética”. (FONTANELLA, 2011, p.03)

Primo (2007) acrescenta que a cultura digital trash não é “lixo”, como sugere a tradução da palavra; no contexto midiático o termo ganha outro sentido. Para o autor, produtos midiáticos do tipo memes seguem certa estética e abordagem.

Geralmente, o meme se apropria de um conteúdo que já existe, mas que é colocado em um novo contexto, o que gera um novo significado. Além de habilidade com edição de imagens, autores de memes populares conseguem fazer de forma bem criativa a combinação entre texto e imagem.

Por meio da técnica de análise textual e de contexto, que consiste em desconstruir uma mensagem midiática e descrever os elementos que a compõem, assim como apontar as conotações e associações das intertextualidades, os alunos tiveram que escolher memes mais populares da internet e fazer a análise crítica, começando por identificar os elementos da linguagem.

A partir dessa análise, os estudantes identificaram planos de imagem geralmente mais usados nos memes. O mais usual são planos fechados, que buscam valorizar o rosto do personagem que aparece no meme, para que sua expressão facial seja evidenciada. Os textos têm tom de sátira ou humor.

Geralmente, o meme faz uma crítica a algo, questiona ou contesta alguma coisa usando para isso a ironia, sátira ou deboche. A partir disso, os alunos começaram a associar quais visões de mundo que os memes carregavam, sendo que a maioria tinha carga ideológica, política etc.

A partir disso, eles discutiram coletivamente que o meme não é apenas um texto que demonstra as novas possibilidades de produção textual da web, mas também é um texto ideológico, que visa influenciar e criticar certas situações, hábitos, comportamentos, a política e a própria sociedade.

Assim, pode-se associar ao meme não somente a função de divertir, mas uma função política e ideológica. Um dos exemplos de memes discutidos está a seguir, na figura 1:

Figura 1. Meme com função política



Fonte: Site Memedroid - <https://pt.memedroid.com/memes/detail/2057854>

O meme da figura 1 mostra bem o padrão de linguagem e formato do meme: a combinação entre texto e imagem, que dialogam entre si, e o uso de planos mais fechados, que evidenciam a expressão fácil. O meme também sempre traz uma imagem de outros contextos (como, no caso, faz referência a um personagem de um filme). O gesto com a mão na cabeça remete à situação de “ter uma boa ideia” para alcançar alguma coisa.

O meme em questão tem um tom debochado, mas ao mesmo tempo traz uma forte crítica à tributação de impostos pelo governo brasileiro. Assim, o meme, apesar de ser um formato que visa à diversão, traz também uma carga ideológica com ele, que está ligada à visão de mundo de quem o produziu.

- **Eixo 2: produção midiática:** As atividades aqui visam envolver produção de mídia dentro de uma perspectiva crítica, inovadora e criativa. Aproveitando-se das linguagens midiáticas, os alunos produziram seu próprio meme recorrendo à técnica de tradução da mídia-educação, em que um conteúdo deve ser transposto para outro contexto. Assim, o desafio era que eles, por meio de equipes de até três integrantes cada, produzissem memes sobre temas e conceitos abordados na disciplina de Teorias da Comunicação. Eles tiveram que pensar em como transpor um conceito de um ambiente acadêmico e formal, para uma situação não-formal, usando outro formato, canal e linguagem.

Aproveitando-se dos conhecimentos adquiridos na primeira etapa, os alunos buscaram por imagens na internet que contemplassem a linguagem padrão dos memes: personagens em planos fechados, com valorização da expressão facial e gestual. As frases tinham que ser curtas, chamativas, para que causassem impacto, e ao mesmo tempo sintetizassem referências aos conhecimentos da disciplina.

Diante do que aprenderam sobre a função dos memes – que têm forte influências de quem o produz, os alunos se pautaram em representar ideias nos memes que remetessem a seus pontos de vista sobre o conceito de indústria cultural, uma das temáticas abordadas na disciplina.

Ao elaborar as frases, consideraram o contexto de cultura digital e participativa, tendo em vista que o meme é um texto que, ao mesmo tempo que traz alguma informação, também tem a intenção de ser divertido.

A seguir, o exemplo de memes produzidos pelos alunos<sup>1</sup>:

<sup>1</sup> É importante considerar que os alunos aceitaram participar da pesquisa por meio de um termo de consentimento livre e esclarecido, portanto suas identidades são preservadas neste trabalho.



Figura 2. Mosaico com 4 memes individuais produzidos por diferentes equipes de alunos



Fonte: da autora.

Os memes foram produzidos usando o site [www.gerarmemes.com.br](http://www.gerarmemes.com.br), que é de acesso gratuito. Os estudantes tiveram que produzir os memes calcados na aula de Teorias da Comunicação sobre o conceito de indústria cultural, termo criado por Adorno e Horkheimer (1985), adeptos à Teoria Crítica<sup>2</sup>. A proposta é que eles fizessem um conteúdo bem elaborado, usando os elementos da linguagem padrão de memes, e que ao mesmo tempo manifestasse a visão deles, de maneira crítica, sobre o conceito de indústria cultural.

A atividade foi feita a partir da divisão em equipes, em laboratório de informática. Alguns grupos chegaram a fazer até mais de um meme, e selecionar aquele considerado mais criativo. Eles se mantiveram ativos durante toda a atividade, e, por meio do diálogo, procuraram organizar as tarefas de cada um e discutir a elaboração do meme.

A atividade demonstrou entusiasmo e engajamento na cultura participativa, e os alunos tiveram a oportunidade de criar seus próprios conteúdos sem deixar de fazer referências aos conceitos teóricos de aprenderam. Assim, os memes tinham que dialogar corretamente com a abordagem conceitual da Teoria Crítica e da indústria cultural.

Os alunos, ao final da atividade, tiveram que apresentar o meme e o ponto de vista que quiseram defender por meio dele. A maioria, em uma breve avaliação, considerou a atividade divertida e afirmou que a prática de elaboração do meme aumentou o interesse pelo conteúdo da disciplina. Os alunos ainda consideraram a prática pedagógica inovadora, e, segundo eles, poderia haver mais aulas que fizessem interagirem com a dinamicidade da cultura digital e da cultura participativa.

## Considerações Finais

Em sala de aula, seja em qualquer nível de ensino, são cada vez mais necessárias práticas pedagógicas inovadoras e o desenvolvimento de um novo conjunto de competências e habilidades

<sup>2</sup> A teoria Crítica é associada aos filósofos pertencentes à Escola de Frankfurt e ao Instituto de Pesquisa Social de Frankfurt. Um dos principais objetivos dos estudos praticados no Instituto era o de explicar como os trabalhadores industriais se organizavam, e como se dava sua consciência, também como a cultura transformava a sociedade. Tem forte orientação de pressupostos do Marxismo para explicar o funcionamento da sociedade e a formação de classes. O termo "indústria cultural" foi criado para se referir ao processo de banalização e mercantilização da cultura.

mais atento às características da nova geração. O processo de alfabetização tradicional, portanto, tem que ser revisto e novas estratégias de aprendizagem passam a ser valorizadas, que estimulam o aluno a ter uma postura mais ativa, criativa e inovadora.

Trabalhar com a mídia-educação no contexto de novas tecnologias digitais pode ser uma boa forma de atender expectativas das novas gerações de estudantes, já que as mídias e suas linguagens fazem parte de seu cotidiano. Na cultura digital e midiática, o leitor também vira autor, passa a ser o protagonista nos processos de leitura da era digital. Assim, os processos educacionais têm que reconhecer esses novos papéis em sala de aula.

Habilidades de cooperação e colaboratividade vêm à tona na construção de sentido em sala de aula. Não se produz mais conhecimento de forma individual, mas sim de maneira coletiva.

A mídia-educação tem sido desenvolvida com vários vieses ao redor do mundo e no Brasil, e aqui se fez necessário combater o viés meramente instrumental da mídia-educação. Por mais que várias abordagens da mídia-educação enfoquem o caráter da produção midiática, é imprescindível trabalhar com competências de leitura crítica de conteúdos, visto que os jovens dessa geração precisam desenvolver um olhar crítico ao se apropriar das tecnologias e das novas formas de se expressar na web, compreendendo que os novos textos têm determinadas funções sociais.

Nesta perspectiva, o trabalho usou os memes para se pensar a leitura e criação de textos para a web. Trabalhamos com o entendimento de como o meme é construído a partir de uma linguagem padrão, e que todo meme promove uma visão de mundo, que tem carga ideológica. Assim, partimos para as atividades de criação, que buscaram transpor um conteúdo acadêmico para o universo da cultura digital e participativa, de maneira crítica, se apropriando dos elementos referente à linguagem dos memes.

O trabalho se mostrou um tanto empolgante para os alunos, o que reforça a importância de inserir a mídia-educação na prática acadêmica, em qualquer nível de ensino. A *media literacy* é imprescindível para o exercício da cidadania e para a produção, reprodução e transmissão da cultura, e está em consonância com pilares de um novo letramento, sendo uma área de ensino e aprendizagem fundamental nos processos de socialização das novas gerações.

## Referências

ADORNO, T.W.; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

ALMEIDA, M. E. B. Apresentação. In: **Metodologias ativas para uma educação inovadora: uma abordagem teórico-prática**. Orgs - Lilian Bacich, José Moran .Porto alegre: Penso Editora, 2017.

ARAÚJO, J. X. de. **Memes: a linguagem da diversão na internet – análise dos aspectos simbólicos e sociais dos Rage Comics**. 2012. 86 f. TCC (Graduação) - Curso de Jornalismo, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012.

BAWDEN, D. (2002). Revisión de los conceptos de alfabetización informacional y alfabetización digital. [Information and digital literacy: a review of concepts]. **Anales de Documentación**, 5, 361-408.

BÉVORT, E.; BELLONI, M. L. Mídia-Educação: conceitos, história e perspectivas. **Educação e Sociedade**, Campinas, v. 30, n. 109, set./dez. 2009.

BUCKINGHAM, D. **Media education – literacy, learning and contemporary culture**. Cambridge: Polity Press, 2003.

\_\_\_\_\_. **The Media Education Manifesto**. Cambridge: Polity Press, 2019.

DEMO, P. Ambivalências da sociedade da informação. **Ci. Inf**, Brasília, v. 29, n.2, p.37-42, maio/agosto. 2000.



FANTIN, M. Contextos, perspectivas e desafios da mídia-educação no Brasil. In: Ilana Eleá. (Org.). **Agentes e vozes: um panorama da mídia-educação no Brasil, Portugal e Espanha**. 1ed. Göttenburg: Nordicon, 2014, v. 1, p. 49-57.

\_\_\_\_\_. Mídia-educação no currículo e na formação inicial de professores. In M. Fantin; P.C. Rivoltella (Orgs.), **Cultura Digital e Escola: pesquisa e formação de professores** (pp.57- 92). Campinas: Papyrus, 2012.

FONTANELLA, F. **Bem-vindo a Internets: Os subterrâneos da Internet e a cibercultura vernacular**. In: XXXIV Intercom - Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Recife, 2011.

GONNET, J. **Educação e Mídia**. São Paulo. Edições Loyola, 2004.

HESMONDHALGH, D. Bourdieu, the media and cultural production. **Media, Culture & Society**, London, Thousand Oaks e New Delhi, v. 28, n. 2, p.211-231, 2006. Disponível em: <[https://www.researchgate.net/profile/David\\_Hesmondhalgh/publication/42790168\\_Bourdieu\\_the\\_Media\\_and\\_Cultural\\_Production/links/55e416c508ae2fac47214439/Bourdieu-the-Media-and-Cultural-Production.pdf](https://www.researchgate.net/profile/David_Hesmondhalgh/publication/42790168_Bourdieu_the_Media_and_Cultural_Production/links/55e416c508ae2fac47214439/Bourdieu-the-Media-and-Cultural-Production.pdf)>. Acesso em: 03 fev. 2016.

JENKINS, H. et al. **Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education For the 21st Century**. Chicago: The MacArthur Foundation, 2006.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

LÉVY, P. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. 4.ed. São Paulo: Loyola, 2003.

MORAN, J. Metodologias ativas para uma aprendizagem mais profunda. In: **Metodologias ativas para uma educação inovadora: uma abordagem teórico-prática**. Orgs - Lilian Bacich, José Moran. Porto Alegre: Penso Editora, 2017.

PAIVA, R.; GABBAY, M. M. Comunicação, crítica e cidadania: releituras teóricas e perspectivas práticas. **Revista Debates**, v. 4, n.1, p. 78–98, 2010.

SIQUEIRA, A. B. de. Mídia-educação a serviço da cidadania: uma proposta para a formação de assistentes sociais. In MACEDO, Alessandra Xavier Nunes, PIRES, David Ulisses Brasil Simões e ANJOS, Fernanda Alves (org.) **Educação para a Mídia – Cadernos de Debate da Classificação Indicativa**. Brasília: Ministério da Justiça/ Secretaria Nacional de Justiça, 2014.

SODRÉ, M. O globalismo como neo-barbárie. In: MORAES, Denis de (Org.). **Por uma outra comunicação**. Rio de Janeiro: Record, 2003. p. 21-40.

TAPSCOTT, D. **Grown up digital**. Nova Jersey: McGraw-Hill, 2008.

VALENTE, J. A. **A sala de aula invertida e a possibilidade do ensino personalizado: uma experiência com a graduação em midialogia**. In: Metodologias ativas para uma educação inovadora: uma abordagem teórico-prática. Orgs - Lilian Bacich, José Moran. Porto alegre: Penso Editora, 2017.

WILSON, C. et al. **Alfabetização midiática e informacional: currículo para formação de professores**. Brasília: Unesco, UFMT, 2013. 194 p.

Recebido em 16 de fevereiro de 2020.

Aceito em 17 de março de 2020.