

# **23rd International Meeting of Cinema, TV, Video and Multimedia**

## **Encontros Internacionais de Cinema, Televisão, VÍdeo e Multimédia**

Avanca 2019

**DO CINEMA À ANÁLISE DO DISCURSO DOS MEDIA**  
Teresa Maia e Carmo

Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Santarém, Portugal

## Relato de uma prática didáctico-pedagógica : aprofundamento das competências de literacia mediática através do cinema

Contexto: unidade curricular (uc) «Análise do Discurso dos Media»  
do segundo semestre do primeiro ano da Licenciatura em Produção  
Multimédia em Educação da Escola Superior de Educação do  
Instituto Politécnico de Santarém

Objectivo hoje mais complexo. Porquê? Os estudantes deixaram de  
ler jornais. Ou algo que se lhe equipare: o consumo regular de um  
produto mediático informativo tradicional, mediado por profissionais  
encartados – os jornalistas – já não faz parte da «dieta de media»  
dos nascidos no século XXI.

Literacia mediática (conceito). «a capacidade de aceder aos media, de compreender e avaliar de modo crítico os diferentes aspetos dos media e dos seus conteúdos, e de criar comunicações em diversos contextos» (*Media Literacy Expert Group*. COM, 2007).

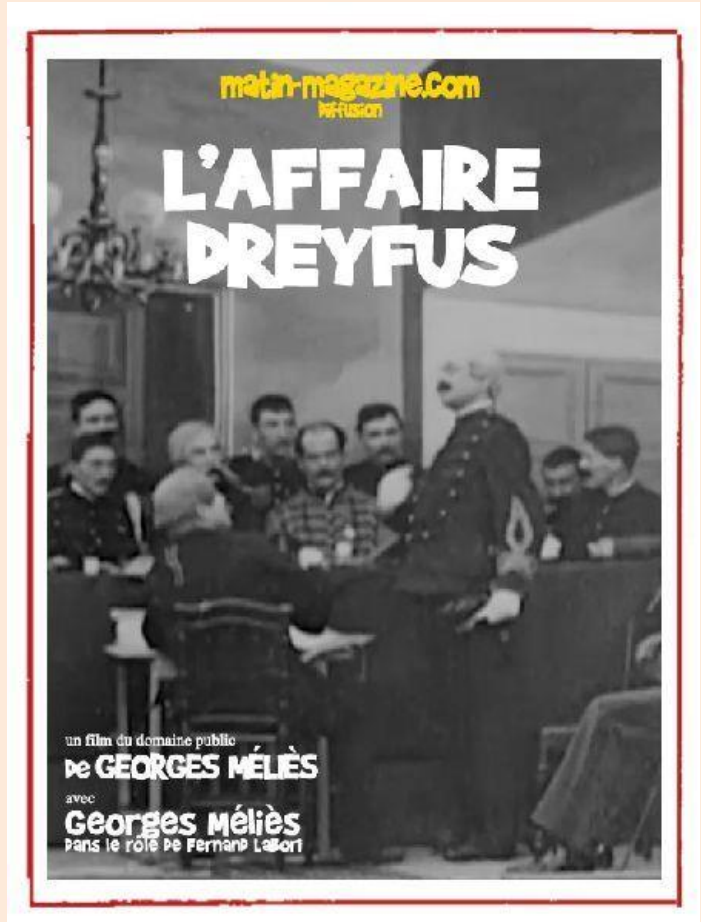
Hoje, o jornalismo –a informação produzida num enquadramento profissional fortemente regulado normativamente – tornou-se muito mais que um produto meramente textual. Tornou-se gráfico, infográfico, iconográfico, em suma, multimodal (Peltzer, 1992).

Aproveitar a prática comum já consolidada entre os aprendentes deste *zapping* formativo e informativo, a abordagem à análise do discurso da Imprensa em particular (não a tv, rádio ou media digitais) através do cinema, apesar de aparentar ser uma estratégia pedagógica *old school* revelou-se de grande valia.

O cinema é um **medium** (e muito mais que isso). A Imprensa é um medium (e muito mais que isso). Ambos **constroem realidades**, cada um na sua especificidade técnica e artística

As relações entre ambas constituem um **namoro** antigo que vale a pena dar a conhecer aos estudantes.

O Cinema e a Imprensa «têm imenso em **comum**. Separam-nos **diferenças** fundamentais. Não apenas as suas relações existem desde que o mais jovem, o cinema, nasceu, mas estas relações já lá estavam (...) desde o início dos tempos. Desde que existem estes dois gestos fundadores do humano: **contar histórias, mostrar o mundo**» (Gosetti e Frodon, 2004:13).



«Cinema de Jornalismo» é um género? Ou um sub-género do «film noir»? Prosperou em Hollywood até aos anos 50 do século XX... centenas de títulos ...

Em comum, além de serem media de massas, têm o facto de não apenas *darem* imagens do mundo, mas *construírem* também uma imagem do mundo.

**Abbas Kiarostami:** ambos tem o mesmo objectivo - mostrar a realidade à nossa volta.

*«O cinema possui, no entanto, uma vantagem. Enquanto a peça jornalística se perde no dia seguinte na engrenagem da informação, o cinema não desaparece com o tempo, pode utilizar uma linguagem mais profunda, pode aspirar a ultrapassar esse carácter efémero (...) ambos tentam mostrar uma verdade das coisas e dos seres. Porém o cineasta possui unicamente uma metade da **verdade** possível. A outra metade encontra-se nas mãos do espectador que reage face á imagens que lhe são propostas (...) Estou convencido de que o bom cinema se enraíza na realidade e o mau cinema é falso por natureza»*

# A questão da VERDADE.

O mito da objectividade jornalística.

Carl Bernstein (Watergate):

*«E, sim, a verdade existe. A melhor versão que podemos obter da verdade existe. Parece-me que este conceito de verdade é subjectivo, que existe um mito de objectividade na Imprensa americana em particular e que, de certa maneira, a meta é ser-se objectivo. Não acredito nisso, porque se há gesto bem subjectivo é o de decidir o que é e não é informação. Não vamos fazer um serviço com a pretensão de sermos objectivos. Temos a responsabilidade de sermos justos e judiciosos, metódicos e precisos, perspicazes e inventivos, mas isso é bem diferente da objectividade, porque esta é muito mais uma questão científica que humana (...) Cada medium em particular – parece-me – tem uma força visceral própria. Seja a palavra impressa, a fotografia ou o cinema. E todos têm em comum uma capacidade de transmitir a verdade».*

EVERYBODY'S TALKING ABOUT IT!

*It's Terrific!*

ORSON  
WELLES

**CITIZEN  
KANE**

*The Mercury Actors*

JOSEPH COTTEN  
DOROTHY COMINGORE

EVERETT SLOANE  
RAY COLLINS  
GEORGE COULOURIS  
AGNES MOOREHEAD  
PAUL STEWART  
RUTH WARRICK  
ERSKINE SANFORD  
WILLIAM ALLAND



ANA ZANATTI • PEDRO OLIVEIRA



com TERESA MADRUGA • LUIS LIMA BARRETO • CARLOS COELHO  
ISABEL MOTA • RUY FURTADO • DIOGO VASCONCELOS • NATALINA JOSÉ  
LUIS FILIPE BARROS • ANDRÉ GOMES • MANUELA DE FREITAS  
JEAN-PIERRE TAILLARD • CECÍLIA GUIMARÃES • LÍDIA FRANCO • CELESTE PORTELA  
fotografia JOÃO ROCHA som PAOLA PORRU-VASCO PIMENTEL e JOAQUIM PINTO  
música ALAIN JOMY misturas ANTOÏNE BONFANTI montagem MANUELA VIEGAS  
argumento/diálogos ANTONIO-PEDRO VASCONCELOS e CARLOS SABOGA  
produção ANTONIO-PEDRO VASCONCELOS e JOSÉ LUIS VASCONCELOS  
distribuição subsidiado pelo INSTITUTO PORTUGUÊS DE CINEMA  
e FUNDAÇÃO CALOUSTE GULBENKIAN

# REPORTER X

DE JOSÉ NASCIMENTO

COM  
JOAQUIM D'ALMEIDA  
PAULA GUEDES  
EUNICE MUÑOZ  
JORGE SILVA MELO  
FERNANDO HEITOR  
SUZANA BORGES  
ANAMAR  
MÁRIO VIEGAS  
FILIPE FERRER

MÚSICA DE  
LUIZINO EMILLIANO  
CANÇÃO "DOZ D'ALMA" DE  
SÉRGIO GODINHO

REPORTER X ARGUMENTO E DIÁLOGOS JOSÉ NASCIMENTO, M. JOÃO GOMES E J. ÁLVARO MORAIS FOTOGRAFIA MANUEL COSTA E SILVA  
SOM CARLOS ALBERTO LOPES CENOGRAFIA JASMIM MENEZES A. BONFANTI DIREÇÃO DE PRODUÇÃO ISABEL BRANCO  
PRODUÇÃO EXECUTIVA PAISÁ PRODUÇÃO E REALIZAÇÃO JOSÉ NASCIMENTO FILME SUBSIDIADO PELO INSTITUTO PORTUGUÊS DE CINEMA  
E PELA FUNDAÇÃO CALOUSTE GULBENKIAN • PARTICIPAÇÃO FINANCEIRA DE MACIEIRA, LDA. E DA RÁDIO-TELEVISÃO PORTUGUESA. • © 1996

JACK LEMMON WALTER MATTHAU  
In A Billy Wilder Film

# The FRONT PAGE

The Classic  
Comedy Team  
in the Classic  
Comedy Hit.

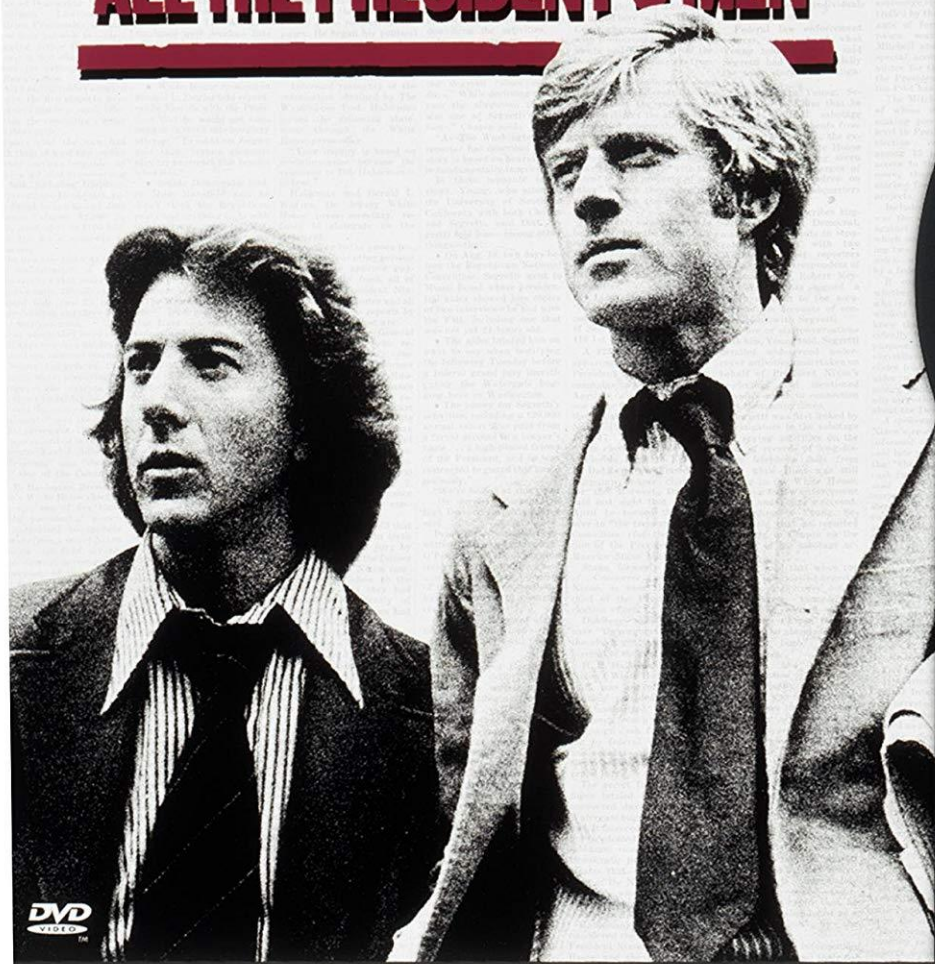


Manuel Cintra Ferreira coligiu 773 títulos de filmes estreados entre 1909 e 1992.... Christa Berger listou 785 títulos

Estereótipos de jornalistas na produção de Hollywood: os «santos» (*Os Homens do Presidente*) ; os «silhuetas», jornalistas bombardear os protagonistas com perguntas em atropelo, «servem só para fazer avançar a história e desaparecem»; os «santos de auréola impura» que cometem erros e uma outra vilania em busca da informação, mas estão animados aos magotes, em corredores apinhados ou à porta de tribunais a das melhores intenções, e por fim «os monstros», como a personagem de Kirk Douglas *Ace in the Hole*, de Billy Wilder(1952), sem qualquer tipo de escrúpulos, um «tipo» muito encenado nos anos mais recentes do cinema.

The Most Devastating  
Detective Story Of This Century.

**REDFORD/HOFFMAN**  
**"ALL THE PRESIDENT'S MEN"**



DVD  
VIDEO

8 NOMEAÇÕES PARA OS GLÓBIOS DE OURO INCLUINDO

MELHOR  
ATOR

MELHOR  
FILME

MELHOR  
ATRIZ

Meryl Streep

Tom Hanks

dirigido por Steven Spielberg

**The Post**



com a música de John Williams e a edição de Arny Pascal, por Steven Spielberg

com o roteiro de Kristie Macosko Krieger e a direção de Liz Hannah e Josh Singer

com o roteiro de Steven Spielberg

25 janeiro

# Resultados

A observação tempo de gestação do trabalho jornalístico, os espaços em que estes profissionais se movimentam, a forma como se vestem, os objectos de época, técnicos e decorativos, a orgânica de uma redacção vista por um realizador contemporâneo dos factos (Pakula) e por outro à distância de mais de três décadas (Spielberg), serviu para incrementar tanto a literacia audiovisual como a literacia mediática deste grupo de estudantes.

O cinema traz a experiência de metafenomenologia da percepção da actividade jornalística na sua fisicalidade (um corpo sentado, a fazer telefonemas e tirar notas). Uma imersão na vida de personagens realistas, com os seus imponderáveis, objectos concretos (máquinas de escrever, papel, e não computadores, máquinas fotográficas analógicas) e tempos apertados de descoberta e produção, em contextos socioculturais e históricos específicos, deu aos estudantes uma aproximação mais rica e humana da produção mediática.

Em conclusão, os estudantes praticaram as quatro dimensões da literacia mediática: **aceder** (aos dois filmes, que não conheciam, e à história das relações entre os dois media), **compreender** (o contexto dos factos, o papel da Imprensa na construção das democracias, produziram uma reflexão, citar?, pesquisaram sobre filmes sobre jornalismo) , **avaliar** (os filmes como construtores de realidade, as investigações jornalísticas como criadores de agenda social - de formas distintas e significativas) e **criar**: produziram um wiki. De forma multimédia e colaborativa, na plataforma moodle, usando as ferramentas digitais.

O uso do cinema em contexto educativo tem uma tradição experimentada, com benefícios estudados em termos do processo de ensino/aprendizagem .

A sua articulação com a criação de uma *literacia transmedia*, entendida como «um conjunto de capacidades, práticas, valores, sensibilidades e estratégias de aprendizagem e intercâmbio desenvolvidas e aplicadas no contexto das novas culturas colaborativas» (Scolari, 2018), enquadra-se nos desafios que a nova ecologia mediática pede ao ensino superior. Em particular, a integração da multimodalidade contemporânea implícita nos meios digitais interactivos no perfil de aprendizagem de estudantes que se querem *prosumers* críticos.

As sociedades multimediáticas contemporâneas pedem cidadãos capazes de aceder ao conhecimento, com pensamento crítico estruturado, mas também com criatividade reflexiva e participativa.

Acreditamos que este caminho apenas tateado  
poderá ser indicativo de abordagens mais  
complexas e frutuosas a desenvolver em futuras  
estratégias e experiências pedagógicas.

**MUITO OBRIGADA!**

**TERESA MAIA E CARMO**