

MEC-SETEC
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA SUL-RIO-GRANDENSE
Campus: Bagé, Camaquã, Charqueadas, Passo Fundo, Gravataí, Lajeado e
Santana do Livramento.

PROVA DE REDAÇÃO

INSTRUÇÕES

CADERNO DE REDAÇÃO

1. Verifique se o caderno de redação contém instruções, questionamento, coletânea e folha para rascunho.
2. Faça o rascunho na folha destinada para tal.
3. Escreva a redação definitiva com caneta azul ou preta.
4. Entregue a folha da redação definitiva ao fiscal da sala, juntamente com o cartão de identificação.
5. Comunique ao fiscal, antes do início da prova, qualquer irregularidade encontrada no material.

NÃO SERÃO ACEITAS RECLAMAÇÕES POSTERIORES.

VESTIBULAR PARA OS CURSOS SUPERIORES – ANO 2020/VERÃO

PROVA DE REDAÇÃO

INSTRUÇÕES PARA A REDAÇÃO DISSERTATIVA

Os textos, utilizados na coletânea para a redação, originam-se de diferentes fontes e mostram fatos, dados, opiniões e argumentos relacionados ao tema. Eles não simbolizam o posicionamento da banca examinadora. São textos que você encontra diariamente em revistas, jornais, livros e/ou sites, e que deve saber ler e comentar. Consulte a coletânea e utilize-a. NÃO A COPIE. Redija seu texto de forma coerente, utilizando, também, outras informações que julgar necessárias. O texto que você redigirá deverá ser elaborado em prosa, do tipo DISSERTATIVO-ARGUMENTATIVO, partindo do tema delimitado, e deverá ter, NO MÍNIMO, 15 linhas e, NO MÁXIMO, 30 linhas. Seja original em sua produção textual, use LINGUAGEM CULTA - não uma linguagem coloquial - e argumente para defender seu ponto de vista. Cuide a pontuação do texto e procure encadear bem um parágrafo ao outro, usando os elementos coesivos adequados. Desenvolva seu texto, discorrendo sobre:

Como promover letramento midiático e informacional para evitar manipulação ideológica?

Texto 1

Alfabetização midiática na educação básica

Domínio da tecnologia não garante competência

Márcia Barbosa da Silva
Gabriela Borges

A literacia, ou alfabetização midiática, “abrange a capacidade de compreender, interpretar e produzir textos e imagens, além de entender como as mídias podem influenciar a liberdade de expressão, o desenvolvimento, a democracia, a boa governança e a percepção dos eventos que afetam seus cotidianos” (Unesco, 2016, p. 1).

Desde o surgimento das mídias sociais, começaram a se desenvolver estudos acerca da influência da mídia sobre a infância. Mas foi somente em 1982, a partir da Declaração de Grünwald, chancelada pela Unesco, que a literacia midiática deixou de ter um caráter fragmentado e passou a ter mais organicidade e visibilidade em nível internacional.

A Declaração já preconizava a introdução de estudos sobre esse tema na escola, na formação de professores e também nas pesquisas universitárias para o aprimoramento teórico-metodológico na área. Outras declarações referendaram e ampliaram a de Grünwald; no entanto, foi apenas neste século que a alfabetização midiática tornou-se parte de currículos europeus, embora já houvesse experiências de êxito no Canadá, por exemplo.

[...] O educador deve ter em mente o papel da literacia midiática na formação dos alunos. Ao contrário do que se imagina, ela não acontece somente colocando os estudantes em contato com as mídias/TIC (Tecnologias da informação e comunicação).

O acesso é importante, mas não suficiente para o desenvolvimento das competências midiáticas. De fato, as pesquisas apontam que ter domínio da tecnologia não garante ser competente nas outras dimensões. Pelo contrário, o grande acesso às tecnologias indica a urgência em fomentar processos educativos de desenvolvimento de todas as dimensões de competência midiática desde a educação básica.

SILVA, Márcia Barbosa da; BORGES, Gabriela. Alfabetização midiática na educação básica. **Folha de São Paulo**. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/opinia0/2019/09/alfabetizacao-midiatica-na-educacao-basica.shtml>> Acesso em: 8 out. 2019. Texto adaptado.

CINCO LEIS DA ALFABETIZAÇÃO MIDIÁTICA E INFORMACIONAL (AMI)



LEI 3

Informação, conhecimento e mensagem não são sempre de valor neutro, ou sempre independente de preconceitos. Qualquer conceitualização, uso ou aplicação da AMI deve fazer essa verdade transparente e compreensível a todos os cidadãos.

LEI 2

Todo cidadão é um criador de informação/conhecimento e tem uma mensagem. Eles devem ser empoderados a acessar informações/conhecimentos novos e a expressarem-se. AMI é para todos - homens e mulheres igualmente - e um elo com os direitos humanos.



LEI 4

Todo cidadão quer saber e entender informações, conhecimentos e mensagens novas, assim como comunicar-se, mesmo se ele/ela não está ciente, admite ou expressa que ele/ela quer. Seus direitos entretanto nunca devem ser comprometidos.

LEI 1

Informação, comunicação, bibliotecas, mídia, tecnologia, Internet e outras formas provedoras de informação são para uso no engajamento cívico crítico e desenvolvimento sustentável. Elas são iguais em estatura e nenhuma é mais relevante que outra ou deve ser tratada como tal.

LEI 5

Alfabetização Midiática e Informacional não é adquirida de uma só vez. São experiências e processos vivos e dinâmicos. Ela é completa quando inclui conhecimento, competências e atitudes; quando cobre acesso, avaliação, uso, produção e comunicação de conteúdos de informação, midiático e tecnológico.

Alton Grizzle e Jagtar Singh

Disponível em: < <http://escritos.ibict.br/alfabetizacao-informacional-e-midiatica-critica-e-ciencia/> >

Acesso em: 8 out. 2019.

Texto 3

Letramento midiático nos ajuda a conectar com o mundo

[...]

Renee Hobbs é uma formadora de formadores. Ao citar as experiências de seus alunos – graduandos e professores na Escola de Comunicação e Mídia Harrington na Universidade de Rhode Island, nos Estados Unidos – ela se entusiasma como se estivesse falando de crianças que estão aprendendo a ler e escrever. [...] Com toda sua experiência [...], Renee não enxerga o fenômeno das notícias falsas (fake news) como o “fim do mundo” e discorda daqueles que afirmam que não há salvação para esse mal. [...]

A pesquisadora conversou com NOVA ESCOLA sobre as possibilidades da alfabetização midiática e seu poder transformador na educação. A seguir, veja os principais momentos da entrevista.

Em que ponto estamos hoje do processo de letramento midiático e informacional? Já dominamos e filtramos a informação que chega via internet, TV, jornais da melhor maneira ou apenas consumimos o que aparece pela frente?

Alfabetização midiática não é uma propriedade que alguém pode ou não ter, algo como eu tenho e você, não. É um processo, um hábito que nossa mente desenvolve e que está enraizado na sociedade de informação. Nós temos vivido em uma sociedade de informação por muito tempo, o que traz muitas escolhas. Os critérios para essas escolhas variam bastante. Muitas pessoas buscam conhecimento para se manterem informadas, outras procuram entretenimento para se divertir e há pessoas que estão usando persuasão para influenciar a opinião alheia. Essa explosão de escolhas nos leva a decisões complexas – e os seres humanos não gostam de complexidade. Se há um atalho, nós tomamos. Se nos oferecem uma resposta simples, nós a aceitamos. Diante de tamanho volume de informação, nós buscamos formas de reduzir a complexidade. Procuramos respostas simples e, nesse momento, há pessoas que estão usando a informação como uma arma para persuadir outras. Eles estão prontos para agir e criar uma polarização ainda maior.

Há meios de escapar da armadilha da simplificação?

O processo de alfabetização midiática oferece uma série de ferramentas para nos protegermos contra essa tendência de supersimplificação ou deixarmos que nossas emoções interfiram em todas as decisões que tomamos. Eu diria que nos Estados Unidos, cerca de 30% a 40% das crianças no ciclo básico foram expostas a alguma forma de alfabetização midiática no contexto do aprendizado em sala de aula. Então ainda temos um caminho pela frente, mas avançamos em muitos pontos.

[...]

Você disse que vivemos num tempo em que temos uma abundância de informações e que há gente disposta a usar isso para nos convencer de alguma coisa. O assunto notícias falsas ganhou muita relevância. NOVA ESCOLA criou um projeto chamado “Mentira na Educação, não!”, para checar o que é verdade e o que é mentira quando se fala em gestão da educação pública. Mas pensando no Brexit no Reino Unido, na eleição de Donald Trump, por mais que se diga “Isso é real porque saiu no New York Times, no Washington Post, na BBC, no Guardian”, muita gente ainda acredita nos boatos que chegam via WhatsApp. Na sua opinião, essa é uma luta que vale a pena ou estamos diante de uma batalha perdida?

Eu acho que aqui no Brasil vocês não têm o mesmo nível de desconfiança em relação à grande imprensa, da mesma forma que temos hoje nos Estados Unidos. E acho que vocês têm muita sorte – seus leitores confiam em vocês. Então, valorizem essa confiança, sejam confiáveis. Eu gosto muito da ideia desse projeto, de vocês apontarem as mentiras. Isso é muito bom. Mas gostaria de dizer uma coisa: eu não gosto da ideia de criar uma hierarquia em termos de notícias, que diz que o Washington Post é sempre melhor do que o New York Times, que é sempre melhor do que a CNN, que é sempre melhor do que o jornal local. Não crie essas hierarquias porque, veja só, diferentes fontes de notícias são boas para diferentes coisas. Todos sabemos que os jornais locais compreendem melhor seus leitores. Se eu quero consertar minha máquina de lavar roupa, o Washington Post não vai me ajudar. Melhor recorrer a um vídeo no YouTube. Vamos reconhecer que usar diferentes fontes é bom e vamos valorizar precisão, justiça e equilíbrio – as práticas fundamentais do jornalismo contemporâneo. O jornalismo é apenas uma das muitas escolhas em matéria de informação em nossa sociedade. Há o ponto de vista da testemunha ocular, opiniões de pessoas sobre o assunto. Em resumo, encontre seus amigos e considere a diversidade. Vamos todos sair da bolha e ir para uma

grande festa que é o mundo e nos conectar, apesar de nossas diferenças. A mídia pode nos levar a pessoas que estão fora do nosso círculo de amigos, trazer novas vozes e perspectivas. O que importa é que nós tomemos nossas decisões de maneira bem informada. Isso dá apoio à democracia.

Disponível em: <<https://novaescola.org.br/conteudo/11714/vamos-sair-da-bolha-e-nos-conectar-com-o-mundo>> Acesso em: 8 out. 2019. Texto adaptado.

Texto 4

Redes sociais criam bolhas ideológicas inacessíveis a quem pensa diferente

ETHAN ZUCKERMAN

tradução PAULO MIGLIACCI

[...]

A web anterior ao Google nos permitia selecionar pontos de vista mais ou menos como uma banca de jornais: escolhíamos uma publicação, e não outra. Diferentemente da TV aberta, que tende a pontos de vista centristas a fim de atrair ampla gama de verbas publicitárias, veículos com foco mais restrito, como sites e revistas, se permitem divisões partidárias mais incisivas.

Com a ascensão dos sites de busca, a navegação baseada em interesses passou a nos conduzir à segregação ideológica, seja por causa dos tópicos que selecionamos, seja pela linguagem que usamos. Não espere fazer amigos conservadores em um site de culinária vegetariana, da mesma forma que buscar progressistas em um site sobre caça pode ser frustrante.

A linguagem empregada para descrever uma questão – mudança do clima, aquecimento global ou fraude científica – pode isolar a informação que obtemos, com base em critérios ideológicos.

O que a mídia social oferece de diferente não é a possibilidade de escolhermos os pontos de vista com os quais entraremos em contato, mas sim o fato de que muitas vezes não estamos cientes das escolhas.

Muitas pessoas aderiram ao Facebook na expectativa de que o site as ajudaria a manter contato com parentes e amigos, e não de que ele seria a principal fonte de notícias.

Em 2016, 62% dos adultos norte-americanos disseram receber ao menos parte das notícias que consomem via redes sociais, e 18% afirmaram receber notícias frequentemente por meio de plataformas como o Facebook. Esses números são mais acentuados entre os adultos jovens e provavelmente cresceram na eleição de 2016.

Como o algoritmo do Facebook apresenta conteúdo ao usuário com base naquilo de que ele gostou e que escolheu no passado, sua tendência é reforçar ideias preconcebidas, tanto por ser provável que os amigos de uma pessoa concordem com seu ponto de vista quanto porque o comportamento on-line indica ao Facebook o conteúdo que mais lhe interessa.

[...]

Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2017/09/1920816-cada-macaco-no-seu-galho---zuckerman.shtml>> Acesso em: 8 out. 2019. Texto adaptado.

