



Projeto: Literacia para os Média
Actividade C1 – Formação de Curta Duração para Docentes
Laboratório: “Literacia Digital e para os Média”

Datas: 8-10 de novembro de 2021 - Baronissi, Itália

Organização anfitriã: Istituto Margherita Hack (‘IIS Baronissi’)

Endereço: Via M. Galdi, 26 - 84081 Baronissi (SA), Itália

Número do Projeto: 2019-1-IT02-KA229-063301



Estilos de aprendizagem e diferentes tipos de meios de comunicação

Número do Projeto: 2019-1-IT02-KA229-063301

Como os humanos entendem a palavra: o contexto

A nossa compreensão das palavras pode ser diferente consoante o local onde as encontramos.

O contexto afeta os processos mentais, desde a forma como as pessoas veem as coisas até à forma como se comportam com os outros.

Tudo o que fazemos é influenciado pela situação em que o fazemos.

A situação que envolve uma ação é chamada o seu contexto.

A análise do contexto é crucial para a interação social.



A língua e a cultura andam juntas

A língua não é apenas uma forma de comunicar, é uma componente da cultura que a torna única.

A língua é cultura e a cultura é língua.



Diferentes formas de comunicação

- 1) Verbal
- 2) Não-verbal
- 3) Paraverbal



Comunicação Verbal

A comunicação verbal é o que dizemos.

As pessoas que são oradores competentes são diretas, usam uma mensagem clara.

Muitas vezes fazem uma pequena pausa quando lhes perguntamos algo e depois respondem diretamente ao assunto.

As suas frases são bem estruturadas, e utilizam uma quantidade mínima de palavras para elaborar as suas respostas ao responder à questão colocada.



Comunicação Não-verbal

A comunicação não-verbal é o que o nosso corpo e as micro-expressões estão a revelar.

O nosso cérebro está atento a sinais de comunicação não-verbal, pois isto ajuda-nos numa melhor compreensão da pessoa que está à nossa frente.

O nosso cérebro está a examinar a pessoa que está a dizer-nos alguma coisa, em busca de sinais de comunicação não-verbal.



Comunicação Paraverbal/Paralinguística

A comunicação paraverbal ou paralinguística corresponde ao *como dizemos* aquilo que dizemos.

É um pouco como o veículo que transporta a palavra falada: tonalidade, volume, duração do discurso, sotaque, fluidez/ritmo, velocidade, clareza, pausas entre frases ou palavras.

A Teoria da carga cognitiva de J. Sweller

Na psicologia cognitiva, a carga cognitiva refere-se à quantidade de informação que a memória de trabalho pode armazenar ao mesmo tempo. Existem três tipos de carga cognitiva:

1. a **carga cognitiva natural** refere-se ao trabalho posto na criação de um armazenamento permanente de conhecimento (um esquema);
2. a **carga cognitiva intrínseca** é o nível de dificuldade inerente associado a um conteúdo educativo específico;
3. a **carga cognitiva extrínseca** refere-se à forma como a informação ou as tarefas são apresentadas a um aluno.

A carga cognitiva extrínseca deve ser minimizada

A carga cognitiva extrínseca é gerada pela forma como a informação é apresentada aos alunos e está sob o controlo de educadores.

Um instrutor pode descrever um quadrado verbalmente, mas é preciso apenas um segundo e fazer um esforço muito menor para compreender o que o instrutor está a descrever quando ao aluno é mostrado um quadrado.

Neste caso, é preferível a eficácia do meio visual e o meio verbal representa uma carga cognitiva extrínseca.

Os diferentes estilos de aprendizagem dos alunos

A Teoria do Autogoverno Mental de R. J. Sternberg prevê três estilos de pensamento de aprendizagem:

- 1) legislativo (pensamento criativo);
- 2) executivo (sentido prático);
- 3) judicial (pensamento analítico).



Estilo legislativo (pensamento criativo)

Preferência por tarefas, projetos e situações que requerem criação, formulação, planeamento de ideias, estratégias e produtos. Este tipo de indivíduo gosta de decidir o que fazer e como o fazer, em vez de ser ordenado.



Estilo executivo (sentido prático)

Preferência por tarefas, projetos e situações que fornecem estrutura, procedimentos ou regras de trabalho, e que, embora modificáveis, podem servir como diretrizes para medir o progresso. O aluno com orientação executiva preferirá frequentemente ser informado sobre o que fazer, e então dará o seu melhor na concretização da tarefa.



Estilo judicial (pensamento analítico)

Preferência por tarefas, projetos, e situações que requerem avaliação, análise, comparação-contraste, e julgamento de ideias, estratégias, projetos existentes.



Para estimular qualquer estilo de aprendizagem

É importante fazer materiais didáticos que envolvam e estimulem qualquer estilo de aprendizagem.

Diferentes tipos de comunicação

- 1) Um-para-Muitos
- 2) Muitos-para-Muitos
- 3) Muitos-para-Um



Um-para-Muitos (One-To-Many)

Um-para-muitos: é o tipo de comunicação comumente encontrado nos meios de comunicação tradicionais como a imprensa escrita, a rádio e a televisão.

Neste tipo de comunicação, uma única fonte fornece informação a múltiplos recetores.



Muitos-para-Muitos (Many-To-Many)

Muitos-para-Muitos: neste modelo a informação é gerada a partir de múltiplas fontes e é recebida por múltiplas fontes.

A partilha de informação “muitos-para-muitos” é frequentemente encontrada em modernas plataformas em rede, tais como as redes sociais e outras formas de comunicação baseadas na Internet.



Muitos-para-Um (Many-To-One)

Muitos-para-Um: é o inverso de Um-para-Muitos. Num modelo Muitos-para-Um, diferentes pontos de informação são recebidos por uma única receção. Este modelo de partilha de informação é normalmente utilizado para receber *feedback*.

Os sentidos que os diferentes tipos de meios de comunicação envolvem

A Imprensa utiliza texto.

A rádio utiliza sons.

A televisão usa sons e vídeo.

Os meios de comunicação *online* utilizam multimédia.



O Público

A imprensa escrita e os media online têm um público instruído.
A rádio e a televisão podem ter uma audiência iletrada.



Oportunidade para rever

Imprensa escrita e meios de comunicação online: possibilidade de rever/reler conteúdos

Rádio e TV: não há oportunidade de rever conteúdos



Constrangimentos

Imprensa escrita: espaço.

Rádio e Televisão: tempo.

Meios de comunicação digitais/online: atenção dos leitores



Complexidade das frases

Imprensa escrita: pode incluir frases complexas.

Rádio, TV, meios de comunicação digitais: usam frases simples e curtas.



Seleção de conteúdos

Imprensa escrita e meios de comunicação digitais: os leitores podem escolher o conteúdo.

Rádio e TV: o público precisa de esperar pelos conteúdos.



Feedback

Imprensa escrita, Rádio e TV: o público não pode dar *feedback*.

Meios de comunicação digitais/online: o público pode dar *feedback*.



Fim