

Alfabetização Midiática e Acessibilidade na sociedade brasileira: visões de profissionais de Comunicação e de Políticas Públicas¹

José Roberto Escarabello Junior²

Roseane Andrelo³

Universidade Estadual Paulista (Unesp), Bauru, São Paulo

Resumo

A mídia é um conceito central na discussão sobre cidadania pela capacidade de formar, representar, influenciar e transformar percepções da realidade. As sociedades midiáticas exigem novas competências, especialmente para pessoas com deficiência visual. Assim, a Acessibilidade e Alfabetização Midiática são palavras-chave para garantir a participação plena e uma leitura crítica de mundo (Freire, 1996). Com isso, o objetivo desta pesquisa é analisar as percepções de profissionais de Comunicação e de Políticas Públicas sobre a presença desses conceitos no meio universitário e nos três setores da sociedade, com foco no público com deficiência visual. Foram realizadas pesquisas bibliográfica e de campo, com entrevistas. Os dados indicam que a falta de conhecimento sobre acessibilidade e seus benefícios é o principal desafio ainda a ser vencido.

Palavras-chave

Alfabetização Midiática; Deficiência Visual; Acessibilidade; Comunicação Midiática; Setores Sociais

Acessibilidade: troca de perspectivas

De acordo com dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2023), o Brasil possui cerca de 18,6 milhões de pessoas com algum tipo de deficiência, correspondendo a 8,9% da população. Em relação à deficiência visual (dificuldade para enxergar, mesmo usando óculos ou lentes de contato), a pesquisa aponta para 3,1% desta população. Nesse contexto, a discussão de diversidade humana e cidadania ganha destaque.

A acessibilidade é uma das principais ferramentas para garantir que todas as pessoas consigam ter uma cidadania plena e uma vida autônoma. A lei nº 13.146, de 2015 (Estatuto da Pessoa com Deficiência) define acessibilidade como sendo:

¹ Trabalho submetido ao 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação na categoria Intercom Júnior - 21ª Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, emenda 'IJ07 - Comunicação e Cidadania'. O artigo resulta de pesquisa de iniciação científica desenvolvida com bolsa da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP).

² Graduando de Relações Públicas pela Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC) da Universidade Estadual Paulista (Unesp) de Bauru. Membro dos Grupos de Pesquisa 'Linguagem e Mídia Acessível' (Gelima) e 'Letramento Midiático e Relações Públicas Educativas'. Bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP).

³ Coordenadora e Docente do curso de Relações Públicas da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC) da Universidade Estadual Paulista (Unesp) de Bauru.

Possibilidade e condição de alcance para utilização, com segurança e autonomia, de espaços, mobiliários, equipamentos urbanos, edificações, transportes, informação e comunicação, inclusive seus sistemas e tecnologias, bem como de outros serviços e instalações abertos ao público, de uso público ou privados de uso coletivo, tanto na zona urbana como na rural, por pessoa com deficiência ou com mobilidade reduzida (Brasil, 2015).

Diniz (2007, p. 7-8) menciona que “ser cego é apenas uma das muitas formas corporais de estar no mundo. Mas, como qualquer estilo de vida, um cego necessita de condições sociais favoráveis para levar adiante seu modo de viver a vida”. A acessibilidade é uma destas condições sociais assim como as ‘tecnologias assistivas’ que, de acordo com a lei brasileira nº 13.146, de 06 de julho de 2015, são:

Produtos, equipamentos, dispositivos, recursos, metodologias, estratégias, práticas e serviços que objetivem promover a funcionalidade, relacionada à atividade e à participação da pessoa com deficiência ou com mobilidade reduzida, visando à sua autonomia, independência, qualidade de vida e inclusão social (Brasil, 2015)

Outro ponto relevante é que acessibilidade, assim como as ‘tecnologias assistivas’, não deve ser vista como algo exclusivo das pessoas com deficiência. Segundo Bock, Gesser e Nuernberg (2020, p. 367)

É preciso pensar a acessibilidade para além de algo exclusivo de pessoas com deficiência, pois ela pode servir como potencializadora da participação de qualquer pessoa, uma vez que, com a remoção das barreiras e a promoção de atitudes de cuidado, distintos sujeitos são atendidos nas suas especificidades.

Essa troca de perspectiva coloca a acessibilidade como uma ferramenta potencializadora de estímulo à autonomia de qualquer pessoa. É importante ressaltar a legitimação da deficiência e da acessibilidade por parte do Estado, como, por exemplo, com a lei nº 8.213, de 1991, que estabelece às empresas com mais de 100 colaboradores a obrigatoriedade do preenchimento de 2% a 5% das vagas para pessoas com deficiência, uma ação com o objetivo de potencializar a presença deste público neste setor, ou então, a lei nº 13.146, de 06 de julho de 2015 (Estatuto da Pessoa com Deficiência), que institui o direito à acessibilidade aos meios de informação e comunicação em toda a sociedade. Com isso, começou-se a pensar a participação e exercício da cidadania não apenas no mundo real, mas também no digital. Logo, o acesso à informação e ao conhecimento de uso das mídias ganham destaque, tendo educação e comunicação trabalhando juntas para se pensar uma alfabetização crítica do sujeito nesse cenário.

Competências Midiáticas como ferramenta de emancipação

A mídia ocupa um papel central na discussão sobre cidadania, especialmente por ser uma organização e possuir interesses e ideais, mas também pela sua capacidade educacional, de formar sujeitos, representar grupos sociais e ideias, além de influenciar — e até transformar — percepções da realidade. Com os avanços tecnológicos, vivemos em sociedades cada vez mais conectadas por meios midiáticos-digitais, exigindo novas e complexas competências para a participação na sociedade. Como afirma Buckingham (2019, p. 13), “a maioria das pessoas concorda que em uma sociedade intensamente mediada, os usuários de mídia precisam se tornar mais autônomos, mais competentes e mais críticos”. Logo, em uma sociedade midiática da informação e do conhecimento, são exigidas competências correspondentes a ela.

De acordo com Ferrés e Piscitelli (2015, p. 3), uma competência é na maioria das vezes entendida como “uma combinação de conhecimentos, habilidades e atitudes consideradas necessárias para um contexto determinado”. Em um contexto midiático, competências midiáticas aparecem como uma das formas de realizar uma leitura crítica da mídia e do contexto. Farias (2017, p. 163) a conceitua como sendo:

uso das mídias de massa de maneira incisiva ou não, incluindo um entendimento bem informado e crítico das mídias, das técnicas que elas empregam e dos seus efeitos. Incluindo a capacidade de ler, analisar, avaliar e produzir a comunicação em uma série de formatos de mídias.

Já competência em informação é entendida como:

[...] um conjunto de atitudes para localizar, manipular e utilizar a informação de forma eficaz para uma grande variedade de finalidades. Como tal, se trata de uma “habilidade genérica” muito importante que permite às pessoas confrontar com eficácia a tomada de decisão, a solução de problemas ou a investigação. Também lhes permitem responsabilizar-se pela sua própria formação e aprendizagem ao longo da vida e nas áreas de seu interesse pessoal ou profissional (Bruce, 2003, p. 289).

Pelo potencial de contribuição de ambas as competências, esta pesquisa se apropria da concepção de competências midiáticas-informacionais da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) que unifica estes dois conceitos possibilitando a incorporação de elementos de ambas as áreas, auxiliando, assim, no desenvolvimento de habilidades cognitivas, relacionadas à competência informacional, e críticas com estímulo à autonomia relacionadas à competência midiática (Wilson, 2013).

Logo, competências midiáticas-informacionais são pilares essenciais para uma leitura crítica do mundo e das mídias visando uma reivindicação de direitos.

Percurso Metodológico

Esta pesquisa empírica de recepção, de caráter qualitativo e de abordagem exploratória, tem como o objetivo analisar as percepções sobre acessibilidade e alfabetização midiática, em específico os conceitos de representação e linguagem nos 3 setores da sociedade e na esfera universitária, tendo como foco o público com deficiência visual (cegueira e baixa visão). Para isso foram realizadas pesquisa bibliográfica sobre deficiência, acessibilidade, alfabetização midiática e competências e pesquisa de campo, por meio de entrevistas individuais com profissionais de comunicação e políticas públicas que desenvolvem trabalhos de acessibilidade nas esferas universitária, primeiro setor (público), segundo setor (privado) e terceiro setor (organizações da sociedade civil sem fins lucrativos que atuam em temas de interesse social). Essa pesquisa, que utiliza a convergência de olhares destes profissionais é importante para compreender as características de organizações desses setores de forma ampla e pensar a viabilidade de desenvolver a temática da acessibilidade e dos conceitos da alfabetização midiática, com foco no público com deficiência visual (cegueira e baixa visão). Para isso, foi criado um roteiro de entrevistas semiestruturadas, considerando a função dos entrevistados, o setor de atuação e os conceitos-chave de alfabetização midiática de David Buckingham (2013): linguagem, audiência, representação e instituições de mídia. Para esse trabalho serão usados os conceitos de linguagem e representação, além de desafios de implementação da acessibilidade em cada setor. A análise temática foi utilizada para a organização e análise dos dados obtidos. As entrevistas aconteceram de 1 a 30 de novembro de 2024.

Descrição e Análise

Para a pesquisa de campo, foram selecionados profissionais das áreas da Comunicação e Políticas Públicas que desenvolvem trabalho com acessibilidade. O quadro 1 indica o perfil dos entrevistados.

Quadro 1 – Perfil dos entrevistados

Pessoa A	Doutora em Ciências da Comunicação e Docente da Universidade Estadual Paulista (Unesp). Coordena um laboratório de Mídia e Acessibilidade. Integra a coordenação da Rede de Pesquisa em Acessibilidade, Diversidade e Inclusão (Repadi). Se aproximou da acessibilidade por motivos profissionais.
----------	--

(Universidade)	
Pessoa B (Setor Público)	Graduação em Serviço Social. Especialização em Gestão de Governo, Gestão e Políticas Públicas e Gestão estratégica de Negócios, Economia e Gestão Empresarial. Ex-Secretária de Estado dos Direitos da Pessoa com Deficiência de São Paulo com atuação na gestão 2019-2022. Diretora Presidente da Consultoria ‘Instituto Cidade Inclusiva’ que presta serviços para o Governo e organizações da sociedade civil. Se aproximou da acessibilidade por motivos profissionais e por ter uma sobrinha com deficiência intelectual.
Pessoa C (Setor Privado)	Graduação em Comunicação Social com ênfase em Jornalismo. Especialização em Sustentabilidade e Responsabilidade Social Corporativa. Fundadora e Diretora Geral da Agência ‘Espiral Interativa’ que desenvolve projetos de comunicação. Idealizadora do movimento Web para todos, um dos principais movimentos de acessibilidade digital do Brasil. Se aproximou da acessibilidade por motivos profissionais.
Pessoa D (Setor Privado)	Graduação em Jornalismo. Especialista em Gestão de Pessoas, Diversidade e Inclusão e Acessibilidade Digital. Gestora de Pessoas e de Projetos de Comunicação e Acessibilidade. Está na área da acessibilidade digital há 6 anos e meio. Se aproximou da acessibilidade por motivos profissionais.
Pessoa E (Terceiro Setor)	Graduação em Jornalismo. Pós-graduação em Marketing, Administração da Comunicação com Mercado e Administração de Organizações do Terceiro Setor. Possui uma consultoria em comunicação produtiva e coordena as atividades do movimento Web para todos. Professora da pós-graduação da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) dando cursos de comunicação produtiva. Iniciou na área da acessibilidade por motivos profissionais.

Fonte: criado pelos autores

Desafios

A primeira entrevista foi realizada no dia 5 de novembro de 2024, com uma Professora Doutora em Ciências da Comunicação que desenvolve pesquisas no campo da acessibilidade. Ao perguntar como ela avalia a importância de inserir o tema da acessibilidade na formação de comunicadores, a entrevistada ressaltou:

Eu acho essencial, porque todo comunicador trabalha, basicamente, com o texto, seja um texto falado, seja um texto escrito para ser vocalizado, seja o texto verbal para ser impresso [...] não existe o exercício da profissão de comunicador sem a produção textual, e, tendo em vista que a acessibilidade à comunicação e informação passa, necessariamente, pela produção dos textos, dos textos comunicados nos diferentes formatos em que eles podem ser efetivados, se no curso se aprende a produzir texto, necessariamente, porque esse é o objeto da profissão, e esse é o produto da profissão, tem que se aprender, também, a produzir textos nos diferentes formatos, e um dos formatos de textualização é o formato que acessibiliza o acesso ao consumo de texto pela totalidade das pessoas. (Pessoa A)

Ao ser questionada sobre quais os desafios de ensinar acessibilidade para comunicadores na universidade, responde que:

Primeiro, trazer a discussão, é uma discussão que tem como cerne a compreensão sobre a diversidade humana. Eu percebo o trabalho sobre a diversidade humana sendo feito dentro da Universidade, mas dentro de uma segmentação e não de maneira universal. E dentro dessa segmentação, o segmento mais invisibilizado é justamente o da pessoa com deficiência. Então, o primeiro desafio é a ampliação da discussão sobre diversidade humana, diversidade de necessidades e preferências de consumo e vivência no meio social. Feito isso, é que se vai para os aspectos mais pragmáticos dessa discussão e efetivamente implementar, o que vai exigir um esforço de formação dos formadores (desafio 2) [...] o desafio é tornar não desconhecido, negligenciado, desprezado e não invisibilizado. (desafio 3) (Pessoa A)

A segunda entrevista foi realizada no dia 8 de novembro de 2024 com uma Ex-Secretária de Estado dos Direitos da Pessoa com Deficiência de São Paulo. Questionada sobre quais os desafios de implementar a acessibilidade neste setor, respondeu:

Um primeiro desafio do setor público, é a lógica de funcionamento da administração pública, tem muitos ritos legais para que as coisas sejam feitas: compras, implantação de programas, dotação orçamentária. Para quem entra no governo é importante que a gente entenda esse mecanismo de funcionamento que é mais criterioso. Segundo ponto é brigar por orçamento, se a gente não tiver recurso a inclusão vai ser apenas na ideologia a gente respeita e publica a lei, mas não a regulamenta. Então eu acho que o orçamento é parte fundamental para conseguir acessibilidade e inclusão dessas pessoas na vida cotidiana. Inclusão e acessibilidade têm custo, a gente precisa comprar coisas, acessibilizar espaços, comprar aplicativos, formar as pessoas. Primeiro, informar as pessoas sobre os direitos das pessoas com deficiência porque as pessoas não sabem e se sabem isso não é suficiente para mobilizar uma rubrica no orçamento. Nós temos excelentes estudos, pesquisas, experiências de outros países, só que a gente precisa transformá-las em atitudes e atitudes pressupõem recurso, orçamento, pressupõe fazer. Então, precisa de força política para que haja orçamento. (Pessoa B)

A terceira entrevista foi realizada no dia 13 de novembro de 2024 com uma professora da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) e coordenadora das atividades do movimento ‘Web para todos’. Ao ser questionada sobre quais os desafios de ensinar acessibilidade na comunicação, ela respondeu:

Mesmo essas pessoas (alunos) que têm um mínimo de relação com alguém com deficiência, eles nunca pararam para analisar como essas pessoas navegam na web e que tipo de barreiras elas enfrentam. E as próprias pessoas com deficiência, muitas já falaram para gente: “nossa, eu achava que era assim, que tinha que ser assim, se eu não conseguir navegar sozinho em um site, para mim fazia parte da minha limitação. Eu aprendi sabendo que era natural chamar alguém que enxergue para

continuar o processo por mim”. A gente percebe que há um desconhecimento dessa questão da acessibilidade digital entre as pessoas com deficiência, as pessoas que se relacionam com elas, e quem não se relaciona — aí é zero. Então, essa desconexão, dessa empatia entre as partes, acho que é o principal problema. (Pessoa E)

A quarta e a quinta entrevistas foram realizadas, respectivamente, em 14 e 18 de novembro de 2024. A primeira com a fundadora da Agência ‘Espiral Interativa’ e a segunda com a Gestora de Projetos de Comunicação e Acessibilidade, da mesma agência. Ao serem questionadas sobre quais os desafios de trabalhar com Acessibilidade e Comunicação para empresas, houve as seguintes respostas:

O principal desafio hoje, para vender acessibilidade, é a falta de conhecimento sobre acessibilidade digital. É o conhecimento de que é lei e a empresa não fala com esse público consumidor, então, se ela passa a vender em um site com acessibilidade, ela está ampliando o público dela, está se adequando à lei, está trabalhando um branding social muito maior, esse conhecimento dos benefícios da acessibilidade digital. (Pessoa C)

O maior desafio é fazer com que as empresas entendam, de uma forma coletiva, a importância da acessibilidade digital nos seus canais. Então, essas lideranças não entendem que existe a lei e que é um diferencial competitivo, e que colocar acessibilidade digital não é perfumaria, que é o que muitas das empresas pensam. Tem um projeto de comunicação para fazer, então vamos pegar uma proposta, vamos pedir orçamento para as empresas: “ah, acessibilidade? Vamos deixar a acessibilidade porque daí diminui o custo”. Não, a acessibilidade não tem que ser colocada ou tirada, ela tem que fazer parte de qualquer projeto, e, se estamos falando de projetos de comunicação, ela já tem que ser pensada desde a base do rascunho do projeto. (Pessoa D)

Representação e Linguagem

Após as perguntas envolvendo os setores de atuação e os desafios, foi questionado se nos produtos midiáticos, sejam eles publicitários ou informativos, era percebido se há preocupação com a linguagem para não criar representações ou ideias pré-concebidas sobre o que é uma pessoa com deficiência visual. As seguintes respostas apareceram:

Não, de jeito nenhum, as pessoas ignoram o que é a deficiência, ignoraram expressões, modos de tratamento, abordagens. Mesmo quando o comunicador quer abordar esse assunto, ainda assim, ele aborda de maneira equivocada. (Pessoa A)

Não, não é, eu acho que estamos muito longe ainda. (Pessoa B)

Isso também está mudando. A gente está em um processo de aculturação da sociedade de forma geral e essa questão das linguagens, terminologias, na minha visão, ela vai começar a ser

cobrada a partir do momento em que a gente ganha força nessa representatividade, isso aconteceu com outros grupos minorizados também. Se a gente pegar as pesquisas, nas causas que estão sendo trabalhadas nas organizações, as pessoas com deficiência é sempre a última. (Pessoa C)

A preocupação é tão grande em representatividade visual que a linguagem fica um pouco comprometida. (Pessoa D)

De uma forma geral, eu não percebo. Muita gente ainda acha que acessibilidade está restrita à ideia de tecnologia e não da comunicação em si. “Isso é coisa de programador”, a gente percebe bastante isso. (Pessoa E)

Ao questionar se nas comunicações de órgãos públicos/empresas/3º setor há preocupação de como será representado esse público na mídia, foi relatado o seguinte:

Eu acho que a maioria é um estereótipo, raramente não é. (Pessoa B)

Há essa preocupação, mas pela falta da presença de consultorias especializadas para ajudar ainda se reproduz estereótipos equivocados de pessoas com deficiência. (Pessoa C)

Eu acho que tem melhorado, muito porque existe consultoria para isso hoje. (Pessoa D)

Se tiver está passando bem despercebido por mim e por muita gente porque eu não tenho percebido isso não. (Pessoa E)

Cruzamento de dados

Optou-se por utilizar o método de análise temática por considerar o seu potencial de aprofundar as análises. Através das entrevistas é possível perceber que a falta de conhecimento sobre acessibilidade e seus benefícios apareceu como um dos principais desafios para vender e implementar a acessibilidade em organizações privadas nas respostas das Pessoas C e D. A necessidade da ampliação da discussão de diversidade na esfera universitária, respondida pela Pessoa A, se conecta com o desafio anterior, sendo possível perceber que se não há formação para a diversidade aos formadores na universidade, há uma escassez de discussão e conhecimento da temática que engloba a acessibilidade e dela própria. Esse desafio também aparece indiretamente na fala da Pessoa B ao afirmar: “primeiro, informar as pessoas sobre os direitos das pessoas com deficiência porque as pessoas não sabem e se sabem isso não é suficiente para mobilizar uma rubrica no orçamento” e na fala da Pessoa E ao afirmar que o principal desafio é a desconexão de empatia sobre como pessoas com deficiência navegam na web entre as próprias pessoas com deficiência e as pessoas que se relacionam ou não com elas. O

entendimento da acessibilidade de forma estereotipada, como cita a Pessoa E também é entendido como decorrente da falta de uma ampla discussão sobre acessibilidade.

Já sobre Representações e Linguagem, se percebe pelas falas das pessoas A, B, D e E que não há preocupação com a linguagem para não criar representações sobre o que é uma pessoa com deficiência visual, enquanto a Pessoa C afirma que a sociedade está em um processo de acultramento, e que a preocupação com a linguagem vai começar a ser cobrada quando a representatividade ganhar força. É possível perceber que as entrevistadas B e C acreditam que ainda se reproduzem estereótipos destas pessoas, apontando esta última a falta de consultorias especializadas como motivo para essa não representação. Já a pessoa D aponta que tem melhorado justamente por existir estas consultorias. No comentário da Pessoa E, é possível perceber que ela também não acredita haver essa preocupação com representação.

Conclusão

Por meio da pesquisa realizada é possível notar que a falta de conhecimento sobre acessibilidade e seus benefícios é o principal desafio ainda a ser vencido na esfera universitária e nas organizações dos 3 setores sociais. Logo, de forma segmentada, é possível afirmar que na esfera universitária outros desafios são: esforço para formação de profissionais na temática de diversidade humana e acessibilidade, ampliação da discussão e mecanismos para mantê-la de forma constante. Também se percebe que, a falta de preocupação em formar comunicadores nesta temática pode impactar a forma como estes irão trabalhar com os conceitos de representação e linguagem referente ao público com deficiência, e, principalmente, a atuação profissional e o próprio produto da profissão: produção de textos nos seus diferentes formatos, entre eles, o que acessibiliza o consumo para a totalidade das pessoas.

No setor público, outro desafio é garantir recursos para essa temática de forma plena, sendo caminhos possíveis: a pressão social para garantia deste recurso em planos de governo, letramento sobre a temática e apresentação dos benefícios da acessibilidade para a sociedade em campanhas e comunicações, considerando a perspectiva já mencionada de que, acessibilidade deve ser pensada como potencializadora da participação de qualquer pessoa, em especial, pessoas com deficiência, crianças e idosos.

No setor privado, outro desafio, é entender os impactos sociais da temática da acessibilidade, como seguir a lei e propiciar acesso às pessoas, além do próprio interesse

das empresas, de ampliação de público consumidor, criação de diferencial competitivo, branding social e capital reputacional.

Por fim, no terceiro setor, como já citado, o principal desafio é a falta de conhecimento sobre a temática.

Com esta pesquisa foi possível compreender como diferentes organizações se envolvem (ou não) com a temática da acessibilidade e os conceitos de linguagem e representação e como esse (suposto) envolvimento interfere nas suas comunicações.

Referências

BOCK, G. L. K.; GESSER, M.; NUERNBERG, A. H. O desenho universal para aprendizagem como um princípio do cuidado. *Revista Educação, Artes e Inclusão*, Florianópolis, v. 16, n. 2, p. 361-380, 2020. DOI: 10.5965/1984317815022019361. Disponível em: <https://periodicos.udesc.br/index.php/arteinclusao/article/view/15886>. Acesso em: 27/01/ 2023.

BRASIL, Lei nº 13.146, de 06 de julho de 2015. **Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência)**. Brasília, DF, 2015.

BRASIL. Lei nº 8.213, de 24 de julho de 1991. **Dispõe sobre os Planos de Benefícios da Previdência Social e dá outras providências**. Brasília, DF, 1991.

BRUCE, C. S. Lãs siete caras de la alfabetización en información en la enseñanza superior. *Annales de Documentación*, n. 6, p. 289-294, 2003.

BUCKINGHAM, D. *The media education manifesto*. Cambridge, UK; Medford, USA: Polity Press, 2019.

DINIZ, D. **O que é deficiência**. São Paulo: Editora Brasiliense, 2007.

FARIAS, G. B. Competência informacional e midiática no ensino de biblioteconomia: apontamentos para o contexto brasileiro. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, v. 13, p. 111-135, 2017. Disponível em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/665>. Acesso em: 16/02/2023.

FERRÉS, J.; PISCITELLI, A. Competência midiática: proposta articulada de dimensões e indicadores. **Lumina**, [S. l.], v. 9, n. 1, 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/21183>. Acesso em: 27/01/2023.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA [IBGE]. Pesquisa nacional de saúde 2019: ciclos de vida. Rio de Janeiro: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2021. Disponível em: <https://www.pns.iciet.fiocruz.br/wp-content/uploads/2021/12/liv101846.pdf>. Acesso em 20 de junho de 2025.

WILSON, Carolyn et al, (org.). *Alfabetização midiática e informacional: currículo para formação de professores*. 2. ed. UNESCO: Elsevier, 2013. 529 p. ISBN 978-85-7652-176-1. Disponível em: <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000220418>>. Acesso em 01/03/2023.