

Diálogos entre Estudos Culturais e literacia midiática Convergências e aplicações teórico- metodológicas

ISABELA AFONSO PORTAS

*Escola Superior de Propaganda e Marketing
São Paulo, São Paulo, Brasil*

EGLE MÜLLER SPINELLI

*Escola Superior de Propaganda e Marketing
São Paulo, São Paulo, Brasil*

ID 3139

Recebido em

17.02.2025

Aceito em

05.05.2025

Este artigo investiga convergências teórico-metodológicas entre os campos da literacia midiática e dos Estudos Culturais. Para tanto, explora as contribuições dos Estudos Culturais britânicos e latino-americanos para a construção de uma abordagem de pesquisa voltada à leitura crítica das mídias e ao fortalecimento das pesquisas de recepção, fenômenos precursores dos estudos de literacia midiática. Diante disso, foi realizado um levantamento bibliográfico sobre pesquisas referentes à literacia midiática para identificar como as perspectivas dos Estudos Culturais têm contribuído para a compreensão crítica e criativa das mídias, da cultura e, conseqüentemente, dos campos da comunicação e educação.

Palavras-chave: Literacia midiática. Estudos culturais. Comunicação. Mídia. Educação.

Dialogues between Cultural Studies and Media Literacy: Theoretical-Methodological Convergences and Applications

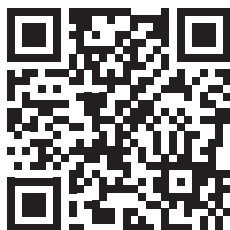
This article investigates theoretical and methodological convergences between the field of media literacy and Cultural Studies. To this end, it explores the contributions of British and Latin American Cultural Studies to the development of a research approach focused on critical media reading and the strengthening of reception studies, which were precursors to media literacy research. Accordingly, a bibliographic review was conducted on studies related to media literacy to identify how Cultural Studies perspectives have contributed to a critical and creative understanding of media, culture, and, consequently, the field of communication and education.

Keywords: Media literacy. Cultural studies. Communication. Media. Education.

Diálogos entre los Estudios Culturales y la Alfabetización Mediática: convergencias y aplicaciones teórico-metodológicas

Este artículo investiga convergencias teórico-metodológicas entre la alfabetización mediática y los Estudios Culturales. Examina aportes de los Estudios Culturales británicos y latinoamericanos en la construcción de un enfoque de investigación orientado a la lectura crítica de los medios y al fortalecimiento de los estudios de recepción, precursores de la alfabetización mediática. Se realizó una revisión bibliográfica para identificar cómo estas perspectivas han contribuido a una comprensión crítica y creativa de los medios, de la cultura y, en consecuencia, lo campo de la comunicación y educación.

Palabras clave: Alfabetización Mediática. Estudios Culturales. Comunicación. Medios de Comunicación. Educación.



ORCID

Isabela Afonso **PORTAS**

Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), onde é bolsista do Programa de Suporte à Pós-Graduação de Instituições de Ensino Particulares da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (PROSUP-CAPE). Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas do Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (PPGCOM-ESPM).

Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, São Paulo, Brasil

E-mail: isabelaaportas@gmail.com



ORCID

Egle Müller **SPINELLI**

Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo (USP). Professora titular do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas do Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (PPGCOM-ESPM) e docente do curso de graduação em Jornalismo na ESPM-SP.

Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, São Paulo, Brasil

E-mail: egle.spinelli@espm.br

Introdução

A base teórico-metodológica dos estudos de literacia midiática é construída a partir de um contexto de transformação na relação entre os indivíduos e as mídias ao longo do século XX. Inicialmente, havia uma preocupação em compreender como o consumo midiático influenciava as pessoas, sobretudo a partir de uma perspectiva de manipulação e controle, como evidenciado pelas teorias da agulha hipodérmica, dos efeitos limitados e pela teoria crítica, as quais analisavam como a cultura popular e as novas ferramentas da tecnologia da comunicação induziam à ideologia e ao domínio social. Essas teorias consideravam o receptor como suscetível à passividade e alienação. No entanto, com o surgimento dos Estudos Culturais, essas percepções foram ampliadas e ressignificadas, abrindo espaço para novas abordagens no campo da comunicação e educação.

Os Estudos Culturais emergiram de uma observação atenta das diversas culturas que compõem o tecido social, em especial as culturas populares, a partir dos estudos realizados no Centro para Estudos Culturais Contemporâneos (Centre for Contemporary Cultural Studies – CCCS) da Escola de Birmingham, na Inglaterra. Posteriormente, essas pesquisas passaram também a contemplar a recepção e as práticas de consumo midiático, bases fundamentais para os estudos de literacia midiática. Segundo Ana Carolina Escosteguy (2010), os Estudos Culturais ganham uma nova perspectiva a partir da divulgação do texto “Encoding and Decoding in the Television Discourse”, de Stuart Hall, publicado em 1973, ao conceber cultura como um campo de disputas de significados, identidades e poder. Além dele, outras produções como “Texts, Readers, Subjects” (1977-1978), de David Morley, amplificavam o diálogo entre a produção de sentido do texto com as experiências socioculturais das audiências, principalmente pela aplicação de pesquisas qualitativas e empíricas que passaram a ser valorizadas pela sua capacidade de revelar a complexidade da recepção midiática (Escosteguy, 2010).

Como explica David Buckingham (2012, p. 94), em linhas gerais, os Estudos Culturais britânicos tomam como base de exploração as “relações entre práticas culturais singulares e processos mais amplos de poder social”, tendo como foco analisar

[...] como os prazeres e significados culturais são produzidos e difundidos dentro da sociedade, como os indivíduos e os grupos sociais usam e interpretam os textos culturais, e o papel das práticas culturais na construção das identidades sociais das pessoas (Buckingham, 2012, p. 95).

Na América Latina, por sua vez, os Estudos Culturais ganham uma narrativa própria diante de uma perspectiva específica local sobre a vida social e cultural contemporânea, com destaque para os movimentos sociais e as mobilizações de setores populares da sociedade. Ainda que não haja um centro de estudos unificado, como o caso britânico, é uma tendência que acaba sobrevivendo, como explica Escosteguy (2010), em alguns espaços específicos, a partir de posicionamentos isolados ou de coletivos de pesquisadores em departamentos acadêmicos, e mesmo como linha de pesquisa de programas de pós-graduação.

Há grandes contribuições para o campo, como as dos autores Jesús Martín-Barbero e Néstor Canclini. A proposta teórica latino-americana entende a comunicação como uma questão de cultura, que “surge como tentativa de resposta à crise dos paradigmas existentes e, essencialmente, contra o olhar que reduz a comunicação a explicações causais e funcionais” (Escosteguy, 2010, p. 57). Tal visão perpassa sobre temáticas que englobam

[...] compreender o papel dos meios, do Estado, e da cultura popular na sociedade; a relação de todos esses elementos e o processo de constituição da identidade, assim como sua articulação com as forças de globalização e desterritorialização (Escosteguy, 2010, p. 57).

Tais reflexões apresentadas tanto pela vertente britânica quanto pela latino-americana salientam, então, uma necessidade de se educar para uma percepção crítica da mídia e problematizar as narrativas que dão sentidos à cultura do consumo para atender aos interesses da produção capitalista (Teruya, 2009). Nesse sentido, várias possibilidades teórico-metodológicas de investigação, inclusive nos estudos das relações das mídias com a educação, começam a ser estabelecidas e configuradas.

No delineamento ou na abordagem da pesquisa podem ser realizados: estudos da recepção, análise de conteúdo, análise de discurso, pesquisa ação, pesquisa de opinião, pesquisa participante, estudo de caso, pesquisa etnográfica e pesquisa experimental. As pesquisas de mídia-educação podem também incluir uma coleta de dados empíricos e utilizar instrumentos como: observação, entrevista, questionário ou survey. Outra possibilidade é analisar filme ou documentário ou um programa televisivo como fonte de pesquisa ou objeto de pesquisa (Teruya, 2009, p. 153).

Os pressupostos epistemológicos advindos dos Estudos Culturais podem contribuir significativamente para as pesquisas em literacia midiática, uma vez que essa área abarca o campo da comunicação e educação ao se dedicar à compreensão de um sujeito ativo nos processos comunicacionais (Baccegga, 2009b), capaz de negociar e interpretar sentidos para acessar, avaliar e produzir conteúdo de forma crítica e criativa em diferentes meios e contextos (Livingstone; Bober; Helsper, 2005). Além disso, observa-se nesse campo investigativo o predomínio de pesquisas qualitativas e empíricas sobre a produção e o consumo de mídia, que priorizam a análise de como as audiências produzem e negociam sentidos relacionados às complexidades culturais, midiáticas e identitárias vigentes na sociedade.

Dessa forma, este artigo, fundamentado em bases conceituais e teóricas, propõe examinar de que maneira as perspectivas advindas dos Estudos Culturais estabelecem diálogos com os estudos em literacia midiática, com o objetivo de identificar possíveis convergências teóricas e metodológicas que contribuam para o aprofundamento dessa área de investigação.

Procedimentos metodológicos

Para atingir o objetivo proposto, foi realizado um levantamento bibliográfico no banco de periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), tendo como filtro títulos de artigos publicados de janeiro de 2000 a dezembro de 2024 e que continham os seguintes termos correlatos: literacia midiática, educação midiática, educação para a mídia e alfabetização midiática. A partir dessa busca, foram encontrados 71 artigos, os quais permitiram identificar 72 autores usados na fundamentação teórica das pesquisas. Para a análise aqui proposta, foram selecionados aqueles com maior incidência, ou seja, com 6 ocorrências ou mais dentro do corpus analisado, conforme a Tabela 1.

Autoria	Número de ocorrências como base teórica
UNESCO	27
David Buckingham	24
Monica Fantin	8
Sonia Livingstone	6
Renee Hobbs	6

Tabela 1: Mapeamento dos autores
Fonte: Elaborado pelas autoras.

Para investigar convergências teórico-metodológicas entre o campo da literacia midiática e o dos Estudos Culturais, foi feito um segundo levantamento no *software Publish or Perish*¹ para encontrar quais artigos dos autores elencados na primeira etapa foram os mais citados em trabalhos científicos que contemplam as abordagens estudadas. Como recorte de análise, selecionou-se dois artigos de cada autor: David Buckingham, Renee Hobbs, Sonia Livingstone e Monica Fantin (Tabela 2). Os relatórios da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) foram descartados por se tratarem, na maioria das vezes, de currículos e proposições pedagógicas. Além disso, não foram considerados artigos em coautoria nem livros.

Autoria	Artigos selecionados	Ano
David Buckingham	“Creative” Visual Methods in Media Research: Possibilities, Problems and Proposals	2009
	Cultura digital, educação midiática e o lugar da escolarização	2010
Renee Hobbs	A Review of School-Based Initiatives in Media Literacy Education	2004
	Digital and Media Literacy: a Plan of Action	2010
Sonia Livingstone	Media Literacy and the Challenge of New Information and Communication Technologies	2004
	Taking Risky Opportunities in Youthful Content Creation: Teenagers’ Use of Social Networking Sites for Intimacy, Privacy and Self-Expression	2008b
Monica Fantin	Mídia-educação e cinema na escola	2007
	Mídia-educação: aspectos históricos e teórico-metodológicos	2011

Tabela 1: Artigos selecionados para investigação
Fonte: Elaborado pelas autoras.

01 *Software* gratuito que extrai dados do Google Scholar para ajudar os autores a analisarem várias estatísticas sobre o impacto da pesquisa, incluindo: número total de citações; número médio de citações por artigo; número médio de citações por ano; Índice H e parâmetros relacionados; e uma análise do número de autores por artigo.

Com base nos artigos selecionados, foram estabelecidos três eixos temáticos de discussão: 1) o delineamento do campo da comunicação e educação a partir da abordagem dos Estudos Culturais; 2) a leitura crítica das mídias como propulsora de uma confluência entre os Estudos Culturais e a literacia midiática; e 3) o influxo dos Estudos Culturais nas pesquisas sobre literacia midiática.

Comunicação e educação: uma perspectiva a partir dos Estudos Culturais

As mídias têm uma presença recorrente no cotidiano da sociedade, além de um lugar privilegiado no processo de educação, sendo partes constituintes da própria cultura (Baccegá, 2008). Segundo Roger Silverstone (2005, p. 21),

A mídia nos deu palavras para dizer, as ideias para exprimir, não como uma força desencarnada operando contra nós enquanto nos ocupamos com nossos afazeres diários, mas como uma parte de uma realidade de que participamos, que dividimos e que sustentamos diariamente por meio da nossa fala diária, de nossas interações diárias.

Pelo acesso facilitado às tecnologias digitais e a serviços de comunicação, o mundo se torna compartilhável, e a diversidade de conexões e interconexões mediadas “define a infraestrutura dominante para a condução da vida social, política e econômica em todo o mundo”² (Silverstone, 2007, p. 26, tradução nossa). As mídias e a tecnologia são hoje as grandes mediadoras entre os povos e o mundo, o que implica em uma intensa e acelerada transformação da sociedade, de forma a agir como agenciadores da mundialização em suas múltiplas contradições (Martín-Barbero, 2004).

A cultura midiática é o lugar onde o mundo se torna visível, onde as informações, imagens e eventos são apresentados ao público, contribuindo, dessa forma, para a construção da realidade e do mundo ao moldar percepções, valores e experiências (Silverstone, 2007). É como se as mídias tivessem colonizado a cultura, explica Douglas Kellner (2001), constituindo-se como os principais veículos de distribuição e disseminação das práticas socioculturais. Os meios de comunicação de massa e a própria Internet ultrapassaram os modos anteriores de cultura: “vivemos num mundo no qual a mídia domina o lazer e a cultura. Ela é, portanto, a forma dominante e o lugar da cultura nas sociedades contemporâneas” (Kellner, 2001, p. 54).

Ao mesmo tempo, entende-se que a cultura, ao se tornar um produto social, passa a servir de mediadora da comunicação, e é por esta mediada. A comunicação, por sua vez, é também mediada pela cultura, sendo um modo pelo qual a cultura é disseminada e enraizada. Por isso, para Kellner (2001), não há comunicação sem cultura, nem cultura sem comunicação. Esse contexto tem seus lados positivos, mas também desafiadores, especialmente frente à globalização e, consequentemente, às transformações culturais, à hibridização das identidades e às lutas por poder que estão imbricadas nesse processo. Inclusive, diante desse cenário, Martín-Barbero (2004) alerta sobre a demanda social que existe para que os meios de comunicação e os comunicadores sejam capazes de “lutar contra o assédio do imediatismo e o fetiche da atualidade, pondo o contexto histórico a uma distância crítica que lhe permita compreender, e fazer compreender aos demais, o sentido e o valor das transformações que estamos vivendo” (Martín-Barbero, 2004, p. 214).

Nesse sentido, ao exercer esse papel crucial na construção de significados compartilhados pela sociedade, a mídia assume consequentemente a responsabilidade pela qualidade e preservação da democracia, exercendo uma influência direta sobre aspectos que abrangem desde a harmonia entre os poderes estatais até as dinâmicas de mercado e os direitos sociais. As mídias passaram a constituir um espaço-chave “de condensação e intersecção da produção e do consumo cultural, ao mesmo tempo em que catalisam hoje algumas das mais intensas redes de poder” (Martín-Barbero, 2004, p. 229).

02 No original: “define the dominant infrastructure for the conduct of social, political and economic life across the globe.”

Nesse complexo contexto de mediações e fluxo de informações e transformações culturais, é preciso lembrar onde se encontram os indivíduos. O movimento de construção de sentidos não parte somente de quem os produz, mas também na ativa presença do receptor, pois “as significações ampliam-se ou estreitam-se, ganham dinâmicas e encontram vertentes graças aos vários tipos e modalidades de aportes trazidos pelo leitor/produtor” (Citelli, 2004, p. 50).

Conforme o entendimento de Hall (2003), preconizado no modelo de codificação e decodificação, a comunicação funciona como um “processo em termos de uma estrutura produzida e sustentada através da articulação de momentos distintos, mas interligados – produção, circulação, distribuição/consumo, reprodução” (Hall, 2003, p. 387). Deste modo, o receptor pode não estar em condições de compreender a mensagem que devia captar, por isso o problema da comunicação recai justamente sobre ele. “Saímos do campo das técnicas que possibilitam as trocas de enunciados para entrarmos no terreno que dá existência aos sistemas de composição e representação da linguagem” (Citelli, 2004, p. 54).

Os códigos de codificação e decodificação podem não ser perfeitamente simétricos. Os graus de simetria – ou seja, os graus de “compreensão” e “má-compreensão” na troca comunicativa – dependem dos graus de simetria/assimetria (relações de equivalência) estabelecidos entre as posições das “personificações” – codificador-produtor e decodificador-receptor. Mas isso, por sua vez, depende dos graus de identidade/não-identidade entre os códigos que perfeitamente ou imperfeitamente transmitem, interrompem ou sistematicamente distorcem o que está sendo transmitido (Hall, 2003, p. 391).

Cabe, então, entender que a decodificação não é homogênea: há a possibilidade de os receptores lerem os códigos de formas diferentes. Segundo Hall (2003), essas leituras transitam entre: 1) preferencial, quando o sentido da mensagem é decodificado segundo as referências da sua construção, ou dominante, quando se aceita tudo o que se vê; 2) negociada, quando o sentido da mensagem entra em negociação com as condições particulares dos receptores; e 3) oposição, quando o receptor entende a proposta dominante e interpreta a mensagem a partir uma estrutura de referência alternativa. Ou seja, a leitura não funciona necessariamente como premeditada pelo produtor, uma vez que há a tensão de um conjunto de signos e linguagens que circulam nas mais diversas relações sociais e culturais.

O modelo de codificação/decodificação de Hall (2003) contribui, então, para o entendimento de que o receptor não é passivo e manipulável, como concebido pelas teorias da comunicação anteriores, mas sim um sujeito ativo – que, como elucida Baccega (2009b, p. 19), “não só interpreta, resignificando, as mensagens da mídia, como também inclui essa resignificação no conjunto de suas práticas culturais, modificando-as ou não”. A partir dessa compreensão é que se passa a entender a necessidade de preparar os indivíduos para ler a realidade mediada que é oferecida pelos meios de comunicação de forma mais crítica e consciente.

Martín-Barbero (2000) sustenta, inclusive, que o cidadão de hoje pede ao sistema educativo que o capacite midiaticamente, tendo em vista a multiplicidade de escritas, linguagens e discursos nos quais se produzem as decisões que o afetam politicamente e socialmente. Por isso, o autor acredita que somente compreendendo a mídia como dimensão estratégica da cultura é que “a escola poderá inserir-se de novo nos processos de mudança atravessados pela nossa sociedade e interagir com os campos de experiência em que se processam essas mudanças” (Martín-Barbero, 2000, p. 59). Portanto, torna-se necessário pensar em novas habilidades de comunicação, inclusive na prática pedagógica.

O início de uma convergência: a leitura crítica das mídias

Posto que os recursos midiáticos possibilitam novas formas de compreender o universo cultural e contribuem para fragilizar a nossa capacidade de conceituar, de pensar e de estabelecer relações dialéticas

para a compreensão da realidade social (Teruya, 2009), é preciso salientar a necessidade de se educar para uma percepção crítica das mídias. Conforme o entendimento de que os meios de comunicação têm um caráter não centralizador, no que diz respeito à forma fundante da questão da cultura, Martín-Barbero (1997) incorpora a cultura como categoria para entender a vida cotidiana. Isso significa que os usos e os modos de expressão dos sujeitos tornam-se, assim, “posições” que indicam as mensagens produzidas, reproduzidas, abarcadas pelos meios de comunicação. Assistir a um programa na TV, ouvir rádio, ler uma matéria em um site ou uma publicação nas redes sociais são formas pelas quais as mídias atravessam a vida das pessoas, tornando-se espaços de convívio que passam a interferir na maneira como estas replicam ou se opõem a tais mensagens.

Essa concepção de Martín-Barbero dialoga com outros trabalhos dentro do campo dos Estudos Culturais. Como explicam Douglas Kellner e Jeff Share (2008), os pesquisadores do CCCS, da Universidade de Birmingham, trouxeram acréscimos às questões já discutidas sobre ideologia pela Escola de Frankfurt e pela teoria crítica, partindo de uma visão sobre a audiência como construtora ativa de significado, e não como simples espelho da realidade externa. Ao aplicarem “conceitos de semiótica, feminismo, multiculturalismo e pós-modernismo, evoluiu na mídia uma compreensão dialética de economia política, de análise textual e de teoria da audiência” (Kellner; Share, 2008, p. 690), contribuindo para a formação do campo de trabalho teórico para a alfabetização crítica das mídias e marcando o início de uma convergência com os estudos de literacia midiática.

Como Buckingham (2003) aponta, a literacia midiática que evoluiu a partir dos Estudos Culturais não se define como um bloco específico de conhecimento ou um conjunto de habilidades, sendo uma estrutura de compreensões conceituais baseadas, segundo Kellner e Share (2008, p. 690-691), em cinco elementos básicos:

- 1) O reconhecimento da construção das mídias e da comunicação como um processo social, em oposição a aceitar textos como transmissores de informações isolados, neutros ou transparentes.
- 2) Algum tipo de análise textual que explore as linguagens, gêneros, códigos e convenções do texto.
- 3) Uma exploração do papel das audiências na negociação de significados.
- 4) A problematização do processo da representação para revelar e colocar em discussão questões de ideologia, poder e prazer.
- 5) A análise da produção, das instituições e da economia política que motivam e estruturam as indústrias de mídia como negócios corporativos em busca de lucro.

Com a evolução do campo da literacia midiática, a perspectiva sobre as dimensões a serem abordadas nesses estudos deixa de ser tão voltada a um olhar que visava questões ideológicas e políticas, buscando também compreender como os sujeitos se apropriam das ações populares de expressão cultural, bem como das atividades que os envolvem, para construir suas próprias identidades sociais (Buckingham; Sefton-Green, 2005), além de abarcar um olhar sobre a criação de conteúdo.

Passa-se a compreender que, ao mesmo tempo que os indivíduos são influenciados pela mídia, também constroem novos significados por meio das interpretações que dela emergem. Inclusive, quando se olha para o cenário atual, com as mídias digitais e a Internet, é preciso também compreender as inúmeras possibilidades de se criar mídia dentro dessa nova esfera da vida social. Afinal, é possível adicionar, retirar, cocriar e modificar conteúdos nas diferentes plataformas digitais, ampliando a influência do público sobre os produtores de conteúdo – mesmo que, por outro lado, estes também busquem alcançar audiência com as suas produções.

Diante disso, a evolução do entendimento sobre a literacia midiática perpassa a compreensão de que as mídias são uma parte da cultura e consideradas também agências de socialização (Baccega, 2009a). Por isso, é preciso que as pessoas ativem competências, crenças e experiências para formar valores e produzir sentidos perante as mensagens que recebem dos meios de comunicação (Hobbs; Jensen, 2009). Assim, uma educação para as práticas midiáticas tem como propósito desenvolver participantes informados, reflexivos e engajados, algo essencial para uma sociedade justa e democrática.

A influência dos Estudos Culturais nas pesquisas sobre literacia midiática

Para pensar nos aspectos teóricos e metodológicos dos estudos de literacia midiática, parte-se do princípio da compreensão da comunicação no âmbito cultural e das relações de poder que permeiam os meios de comunicação, levando em conta os contextos histórico, político e econômico como fatores essenciais para a percepção da ação midiática na escola (Teruya, 2009). A comunicação é “um elemento central da cultura e é também uma ferramenta simbólica para organizar as nossas relações com o outro” (Teruya, 2009, p. 156). O grande desafio é dar condições plenas aos sujeitos para ressignificarem a realidade editada das mídias a partir de seu universo cultural, de forma que sejam capazes de participar da construção de uma nova variável histórica (Baccega, 2009a).

Uma entrada para averiguar esse processo começa no âmbito da educação. Uma parte expressiva dos estudos voltados à literacia midiática concentra-se no contexto escolar, ao investigar tanto o público infantil e juvenil como também os professores, levando em consideração suas competências referentes ao consumo, análise e produção de mídia – vide estudos de pesquisadores como David Buckingham, Sonia Livingstone, Renee Hobbs e Monica Fantin, referências selecionadas neste artigo para contextualizar esse campo de estudo. O autor que mais se destaca como base teórica e metodológica, no levantamento realizado na base da CAPES, no que tange à literacia midiática é David Buckingham. O pesquisador britânico, inclusive, em suas investigações tem uma relação próxima aos Estudos Culturais, como apontado em pesquisas que observam essa abordagem teórica e a aplicação de métodos relacionados a esse campo de estudo (Spinelli; Portas, 2022).

Buckingham investiga audiências específicas (crianças e jovens), entendendo os indivíduos que as constituem como participantes ativos e competentes para produzir sentidos relacionados às complexidades culturais e identitárias vigentes na sociedade (Spinelli; Portas, 2022). Além disso, costuma fazer o uso de abordagens qualitativas e empíricas, as quais envolvem desde a análise de textos de mídia aos estudos de audiência, com aplicação de pesquisas participantes, grupos focais e entrevistas para chegar o mais próximo possível dos sujeitos que estuda, métodos recorrentes na perspectiva dos Estudos Culturais. Um outro ponto que destaca-se em suas pesquisas é o uso de procedimentos visuais inovadores, mais conhecidos como métodos criativos. Buckingham (2009, p. 634, tradução nossa) parte da premissa de que “o método deve seguir o objeto”³ e, desse modo, frente ao público com que trabalha, ao fazer uso de proposições que implicam na criação de mídia, busca atingir resultados práticos que outros métodos não conseguiram alcançar.

Pedir às pessoas para “criar” mídia – compor suas próprias histórias, anúncios ou programações de televisão, tirar fotografias, fazer (ou editar) fitas de vídeo ou construir modelos tridimensionais – pode, argumenta-se, alcançar as partes que outros métodos não conseguiram alcançar. Acredita-se que tais métodos superem as tendências racionalistas ou logocêntricas das abordagens verbais e permitam que os sujeitos da pesquisa expressem suas opiniões de forma mais direta e com menos interferência

03 No original: “the method should follow the object”.

ou contaminação do pesquisador. Como tal, eles são frequentemente considerados “empoderadores” para os participantes (Buckingham, 2009, p. 633, tradução nossa)⁴.

A preocupação de Buckingham (2007) em relação à literacia midiática tem como panorama a crescente convergência das mídias contemporâneas, que estimula a necessidade de se abordar as habilidades e competências – as múltiplas literacias – necessárias para toda a gama de formas contemporâneas de comunicação. Em vez de simplesmente adicionar a literacia midiática ao currículo, ou separar as tecnologias de informação e comunicação (TICs) em uma disciplina solo, o autor defende uma reconceitualização muito mais ampla do que se entende por literacia em um mundo cada vez mais midiático. Tal visão pode ser corroborada tanto pelos estudos de Paulo Freire (2011) como de Martín-Barbero (2000) sobre a necessidade de o sistema educacional capacitar os jovens de acordo com o repertório cultural e os contextos sociais e históricos nos quais estão inseridos.

Sonia Livingstone, assim como Buckingham, é uma pesquisadora britânica, também frequentemente referenciada nos estudos voltados à literacia midiática. Além do mais, a autora tem grandes contribuições para os estudos da recepção, tendo uma produção consistente sobre o tema nos anos 1990. Para Livingstone (2008a), compreender a relação das pessoas com a mídia, é uma questão fundamental para os estudos de comunicação, algo já tradicional às pesquisas de audiência advindas de uma abordagem cultural e crítica aplicada pelos Estudos Culturais. Tais pesquisas passam a mobilizar novas perspectivas para os estudos de recepção ao evidenciar que as audiências têm interpretações diversas, gerando leituras distintas e significativas de um mesmo conteúdo midiático.

Estudos críticos de audiência argumentaram [...] que a experiência de visualização está social e culturalmente situada, de modo que as preocupações diárias, experiências e conhecimentos dos espectadores se tornam um recurso crucial (embora muitas vezes imprevisível do ponto de vista dos produtores, mas ainda assim cultural e socialmente determinado) que molda o processo interpretativo de visualização. [Além disso], foi demonstrado que, como consequência, as audiências divergem em suas interpretações, gerando leituras diferentes – às vezes lúdicas, às vezes críticas, sempre significativas em contexto – do mesmo texto midiático na prática (Livingstone, 2008a, p. 53, tradução nossa)⁵.

É justamente nesse cenário que a autora enxerga a relevância da literacia midiática, uma vez que, ao ter tal percepção sobre a audiência, torna-se necessário prepará-la para desenvolver habilidades para a codificação e decodificação de textos midiáticos (Hall, 2003), bem como uma visão interativa da relação entre leitor e texto – que, no contexto das novas tecnologias de informação e comunicação (TICs), também deve abranger questões de tecnologia e infraestrutura. Deste modo, a literacia, “deve ser vista como dependente do meio, uma coprodução do envolvimento interativo entre tecnologia e usuário”⁶ (Livingstone, 2004, p. 12, tradução nossa).

04 No original: “Asking people to ‘create’ media – to compose their own news stories, advertisements or television schedules, to take photographs, make (or edit) videotapes or build three-dimensional models – can, it is argued, reach the parts that other methods have failed to reach. Such methods are believed to overcome the rationalistic or logocentric tendencies of verbal approaches, and to enable the subjects of research to express their views more directly, and with less interference or contamination from the researcher. As such, they are frequently claimed to be ‘empowering’ for participants”.

05 No original: “Critical audience studies argued [...] that the experience of viewing, it was held, is socially and culturally located, so that viewers’ everyday concerns, experiences, and knowledge become a crucial resource (albeit often unpredictable from the producers’ viewpoint, but nonetheless culturally and socially determined) that shapes the interpretative process of viewing. [Also], it was shown that, as a consequence, audiences diverge in their interpretations, generating different-sometimes playful, sometimes critical, always contextually meaningful readings of the same media text in practice”.

06 No original: “Literacy, by extension, cannot be conceived solely as a feature of the user but must also be seen as medium-dependent, a co-production of the interactive engagement between technology and user”.

Além do trabalho voltado ao uso das mídias, em especial visando o público infanto-juvenil no âmbito da literacia midiática e digital, Livingstone também tem pesquisas que se preocupam com a formação da identidade desses públicos, bem como com a maneira pela qual o meio digital interfere nesse processo. Em um dos artigos selecionados para este levantamento, por meio da realização de entrevistas com jovens, a autora busca examinar como a identidade nas redes digitais e as relações entre pares são moldadas tanto pela cultura quanto pelas funcionalidades dos *softwares* e interfaces, de forma a mostrar como as oportunidades e os riscos no ambiente on-line estão interconectados (Livingstone, 2008b).

A questão da identidade é referenciada por Hall (2016) ao compreender a cultura como um conjunto contínuo de significados e valores que são constantemente produzidos e consumidos e precisam ser interpretados tanto nas interações interpessoais quanto na influência dos sistemas de comunicação global nas mídias de massa. Para o autor, esse movimento está intrinsecamente ligado à construção das identidades individuais que são moldadas pelas lógicas de produção e consumo (Hall, 2016), pressupostos reestabelecidos por Livingstone (2008b) sob o âmbito da cultura digital.

A pesquisadora estadunidense Renee Hobbs também faz suas contribuições para os estudos da literacia midiática que englobam a atuação cidadã. Suas pesquisas, como ela mesma aponta em um de seus textos mais citados, “Digital and Media Literacy: a Plan of Action”, são embasadas em reflexões teóricas e valores de distintas tradições disciplinares e contextos históricos, incluindo os Estudos Culturais (Hobbs, 2010, p. 17). Tendo em vista a visão de Martín-Barbero (2004) sobre as mídias como um espaço de constituição de intensas redes de poder, essencial para a qualidade e a preservação da democracia, é importante, segundo Hobbs (2010), capacitar crianças e jovens por meio da literacia midiática para reconhecerem agendas pessoais, corporativas e políticas presentes nos meios de comunicação e estimular o desenvolvimento da capacidade de se expressarem e se manifestarem em nome das vozes ausentes e das perspectivas omitidas em nossas comunidades, melhorando, assim, o mundo ao seu redor.

Esse é um movimento que, segundo a autora, depende da educação, algo que muitas vezes, ao invés de partir de ações e iniciativas ligadas ao poder público, acaba sendo estabelecido pelos próprios professores e dependendo da coragem e da perseverança individuais de cada um, que são inspirados e motivados por uma ampla gama de diferentes concepções sobre o papel das mídias de massa e da cultura popular na sociedade (Hobbs, 2004).

Por valorizarem a forma como o uso de mídias, tecnologia e cultura popular podem melhorar a motivação, a autoexpressão e a comunicação dos alunos, os educadores fazem uso e aplicação de práticas de literacia midiática para fomentar questionamentos sobre o poder da mídia na manutenção das relações de poder do *status quo* por meio do ativismo social e político (Hobbs, 2004). Tal reflexão pode ser relacionada ao “estar no mundo e com o mundo como seres históricos, é a capacidade de, intervindo no mundo, conhecer o mundo” (Freire, 2011, p. 31). Trata-se de uma perspectiva alinhada com o campo dos Estudos Culturais ao evidenciar que “é preciso agir para mudar o discurso e o poder, a fim de transformar a prática pedagógica da escola para desenvolver o pensamento crítico das ideologias dominantes que sustenta a desigualdade social” (Teruya, 2009, p. 155).

Monica Fantin, uma das precursoras do campo da mídia-educação no Brasil, explora as contribuições dos Estudos Culturais britânicos – com a concepção sobre leitura e interpretação ativa dos receptores das mensagens midiáticas (Hall, 2003) –, bem como de Martín-Barbero, com aplicação da teoria das mediações para as pesquisas da área. Segundo a pesquisadora, Martín-Barbero (1997) contribui para a discussão sobre a convergência entre mídia e educação ao explorar o uso e o consumo das mídias por diferentes comunidades e ao oferecer uma abordagem teórico-metodológica alicerçada nos estudos de recepção (Fantin, 2011). Nessa perspectiva, as mediações se manifestam por meio de ações e discursos provenientes de diversas fontes, que são entrelaçadas no cenário do consumo e nas respostas dadas aos meios de comunicação.

Fantin (2007) aponta para a importância da apropriação crítica e criativa das mídias em contextos formativos, para a necessidade de compreensão das concepções e especificidades dos diversos meios (cinema, televisão, computador, Internet, celular), além de sugerir possibilidades por meio das interações dos sujeitos com as produções culturais e suas formas de mediação “para redimensionar os espaços potenciais de mudança que as culturas das mídias propiciam” (Fantin, 2007, p. 11). Além do olhar sob as perspectivas teóricas, a autora reitera a relevância de métodos empíricos provenientes das pesquisas de recepção para a compreensão da realidade do contexto escolar, como apontado por Buckingham (2009).

Dentre esses métodos, é citada a etnografia, que tem destacado-se nas pesquisas sobre mídia-educação, indo além do que era feito anteriormente, quando se analisava apenas o texto e o consumo midiático (Fantin, 2011), para investigar e analisar outras possibilidades para o uso e a aplicação da mídia na prática pedagógica.

Os métodos etnográficos vêm tendo importante destaque nas pesquisas sobre mídia-educação e, inserindo-se numa metodologia com observação participante e entrevistas, são marcados pela subjetividade do pesquisador e pela consequente parcialidade dos resultados que não podem ser generalizados e disso decorre a busca da dimensão qualiquantitativa (Fantin, 2011, p. 37).

Nesse contexto, a compreensão de habilidades para produção e consumo midiático torna-se fundamental para o desenvolvimento de pesquisas teóricas e empíricas no campo da literacia midiática, no que concerne ao estímulo de estudos que fomentem a formação crítica e reflexiva de professores e alunos sobre as diversas representações culturais e sociais estabelecidas pela constante presença dos fluxos e circulação midiática na vida cotidiana.

Considerações finais

Este artigo demonstra a interdisciplinaridade entre os Estudos Culturais e as pesquisas sobre literacia midiática, por compartilharem fundamentos teóricos e metodologias similares e complementares na busca pela compreensão de como os sujeitos moldam e são moldados por práticas culturais e sociais difundidas pela mídia. Enquanto os Estudos Culturais exploram as práticas culturais, a construção das identidades e as relações de poder na mídia (Escosteguy, 2010), os estudos de literacia midiática se apropriam desses fenômenos e, também, se concentram nas habilidades e competências necessárias para uma participação crítica e criativa na cultura midiática.

Além disso, destacamos como os pesquisadores abordados neste artigo possuem, no âmbito das pesquisas sobre literacia midiática, uma influência direta ou indireta, seja em aspectos teóricos ou metodológicos, de autores do campo dos Estudos Culturais. No caso dos britânicos David Buckingham e Sonia Livingstone, assim como da estadunidense Renee Hobbs, observa-se a marcante influência de Stuart Hall. Já nas pesquisas da brasileira Monica Fantin, nota-se a presença do pensamento latino-americano de Jesús Martín-Barbero. Os artigos analisados apontam para as preocupações dos estudos de literacia midiática com relação à questão da cultura e retratam possibilidades de se investigar empiricamente a percepção crítica e criativa da mídia por meio da compreensão de práticas socioculturais que envolvem saberes e competências para a produção e o consumo midiático.

A valorização de estudos empíricos, realizados com base em metodologias qualitativas e participativas inspiradas nesses referenciais – como entrevistas, grupos focais e observação participante – contribui significativamente para o enriquecimento do campo, permitindo uma aproximação mais concreta com as experiências dos sujeitos em contextos reais. Outro ponto a ser mencionado é a ênfase no entendimento das competências midiáticas provenientes das tradicionais agências de socialização, como escola e família, por meio de investigações com crianças, jovens, pais e educadores no sentido de verificar os desdobramentos desse processo comunicacional na constituição de valores e práticas socioculturais, especialmente no contexto da educação formal e informal.

Ao mesmo tempo, a percepção da influência da mídia na vida cotidiana suscita questionamentos sobre a imposição de ideologias dominantes em hábitos, crenças e comportamentos prejudiciais aos processos democráticos e de justiça social. Essa reflexão se torna ainda mais urgente diante da emergência de públicos cada vez mais fechados em bolhas ideológicas, reforçando posicionamentos extremistas e processos de polarização, inclusive entre jovens socializados em ambientes permeados por desinformação. Embora tais aspectos não estejam explorados neste estudo, eles apontam para a necessidade de ampliar o escopo da literacia midiática, a fim de incluir estratégias mais criativas e dialógicas de recepção crítica em diálogo com as problemáticas do contexto atual.

Os Estudos Culturais, por serem precursores dos estudos de recepção e contribuírem para uma formação crítica e cívica sobre a circulação de mensagens na mídia, tendo em vista a sua importância na construção de percepções, valores e experiências da sociedade (Silverstone, 2007), são fundamentais para o fomento de uma educação para a literacia midiática, que envolve conhecimento, habilidades e múltiplas literacias para lidar com a complexidade do atual ecossistema comunicacional digital. Dessa forma, a convergência teórico-metodológica dos Estudos Culturais com as pesquisas sobre literacia midiática pode proporcionar uma compreensão mais abrangente e aprofundada dos fenômenos midiáticos na sociedade contemporânea.

Referências

BACCEGA, M. A. Campo Comunicação/Educação: mediador do processo de recepção. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 31., Natal, 2008. **Anais...** Intercom: Natal, 2008.

_____. Comunicação/educação e a construção de nova variável histórica. **Comunicação & Educação**, v. 14, n. 3, p. 19-28, 2009a.

_____. Inter-relações comunicação e consumo na trama cultural: o papel do sujeito ativo. In: CASTRO, G.; TONDATO, M. (Orgs.) **Caleidoscópio midiático: o consumo pelo prisma da comunicação**. São Paulo: ESPM, 2009b. p. 12-30.

BUCKINGHAM, D. **Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture**. Cambridge, Massachusetts: Polity, 2003.

_____. **Beyond Technology: Children's Learning in the Age of Digital Culture**. Cambridge: Polity, 2007.

_____. "Creative" Visual Methods in Media Research: Possibilities, Problems and Proposals. **Media, Culture & Society**, on-line, v. 31, n. 4, p. 633-652, 2009.

_____. Cultura digital, educação midiática e o lugar da escolarização. **Educação & Realidade**, Porto Alegre, v. 35, n. 3, p. 37-58, set.-dez., 2010.

_____. As crianças e a mídia: uma abordagem sob a ótica dos Estudos Culturais. **MATRIZES**, São Paulo [on-line], v. 5, n. 2, p. 93-121, 2012.

_____.; SEFTON-GREEN, J. **Cultural Studies Go to School**. Abingdon: Taylor & Francis, 2005.

CITELLI, A. Os receptores atentos. In: CITELLI, A. **Comunicação e Educação: a linguagem em movimento**. São Paulo: Editora Senac, 2004. p. 49-82.

ESCOSTEGUY, A. C. D. **Cartografias dos Estudos Culturais: uma versão latino-americana**. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

FANTIN, M. Mídia-educação e cinema na escola. **Revista Teias**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 14-15, 2007.

_____. Mídia-educação: aspectos históricos e teórico-metodológicos. **Olhar de Professor**, Ponta Grossa, v. 14, n. 1, p. 27-40, 2011.

FREIRE, P. **Pedagogia da Autonomia: saberes necessários à prática educativa**. São Paulo: Paz e Terra, 2011.

HALL, S. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte/Brasília: Editora UFMG, 2003.

_____. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio; Editora Apicuri, 2016.

HOBBS, R. A Review of School-Based Initiatives in Media Literacy Education. **American Behavioral Scientist**, on-line, v. 48, n. 1, p. 42-59, 2004.

_____. **Digital and Media Literacy: a Plan of Action**. Washington D.C.: The Aspen Institute, 2010.

_____.; JENSEN, A. The Past, Present, and Future of Media Literacy Education. **Journal of Media Literacy Education**, v. 1. n. 1, p. 1-11, 2009.

KELLNER, D. **A cultura da mídia – Estudos Culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Bauru: EDUSC, 2001.

_____.; SHARE, J. Educação para a leitura crítica da mídia, democracia radical e a reconstrução da educação. **Educação & Sociedade**, São Paulo, v. 29, n. 104, p. 687-715, 2008.

LIVINGSTONE, S. Media Literacy and the Challenge of New Information and Communication Technologies. **The Communication Review**, on-line, v. 7, p. 3-14, 2004.

_____. Engaging With Media: a Matter of Literacy?. **Communication, Culture & Critique**, on-line, v. 1, n. 1, p. 51-62, 2008a.

_____. Taking Risky Opportunities in Youthful Content Creation: Teenagers' Use of Social Networking Sites for Intimacy, Privacy and Self-Expression. **New Media & Society**, on-line, v. 10, n. 3, p. 393-411, 2008b.

_____.; BOBER, M.; HELSPER, E. Active Participation or Just More Information?. **Information, Communication & Society**, on-line, v. 8, n. 3, p. 287-314, 2005.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

_____. Desafios culturais da comunicação à educação. **Comunicação & Educação**, São Paulo, n. 18, p. 51-61, 2000.

_____. **Ofício de cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura**. São Paulo: Loyola, 2004.

SILVERSTONE, R. **Por que estudar a mídia?**. Rio de Janeiro: Loyola, 2005.

_____. **Media and Morality: on the Rise of the Mediapolis**. Londres: Polity Press, 2007.

SPINELLI, E. M.; PORTAS, I. A. A influência dos Estudos Culturais nas pesquisas de David Buckingham sobre educação midiática. **Revista Eco-Pós**, on-line, v. 25, n. 3, p. 217-239, 2022.

TERUYA, T. K. Sobre mídia, educação e Estudos Culturais. In: MACIEL, L. S. B.; MORI, N. N. R. (Orgs.) **Pesquisa em educação: múltiplos olhares**. Maringá: EDUEM, 2009. p. 151-165.

Informações sobre o artigo

Resultado de projeto de pesquisa, de dissertação, tese:

Não se aplica.

Fontes de financiamento:

Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

Apresentação anterior:

Não se aplica.

Agradecimentos/Contribuições adicionais:

Não se aplica.

Informações para textos em coautoria

Concepção e desenho da pesquisa

Isabela Afonso Portas e Egle Müller Spinelli

Coleta de dados

Isabela Afonso Portas

Análise e/ou interpretação dos dados

Isabela Afonso Portas

Escrita e redação do artigo

Isabela Afonso Portas e Egle Müller Spinelli

Revisão crítica do conteúdo intelectual

Egle Müller Spinelli

Formatação e adequação do texto ao template da E-Compós

Isabela Afonso Portas

Dados sobre Cuidados Éticos e Integridade Científica

A pesquisa que resultou neste artigo teve financiamento?

Sim.

Financiadores influenciaram em alguma etapa ou resultado da pesquisa?

Não.

Liste os financiadores da pesquisa:

Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

Autora, autor, autores têm algum tipo de vínculo ou proximidade com os financiadores da pesquisa?

Sim.

Descreva o vínculo apontado na questão anterior:

Uma das autoras é bolsista integral do Programa de Suporte à Pós-Graduação de Instituições de Ensino Particulares da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (PROSUP-CAPES).

Autora, autor, autores têm algum tipo de vínculo ou proximidade com alguma pessoa ou organização mencionada pelo artigo?

Não.

Descreva o vínculo apontado na questão anterior:

Não há vínculos deste tipo.

Autora, autor, autores têm algum vínculo ou proximidade com alguma pessoa ou organização que pode ser afetada direta ou indiretamente pelo artigo?

Não.

Descreva o vínculo apontado na questão anterior:

Não há vínculos deste tipo.

Interferências políticas ou econômicas produziram efeitos indesejados ou inesperados à pesquisa, alterando ou comprometendo os resultados do estudo?

Não.

Que interferências foram detectadas?

Nenhum efeito inesperado do tipo foi detectado.

Mencione outros eventuais conflitos de interesse no desenvolvimento da pesquisa ou produção do artigo:

Não há conflitos de interesse.

A pesquisa que originou este artigo foi realizada com seres humanos?

Não.

Entrevistas, grupos focais, aplicação de questionários e experimentações envolvendo seres humanos tiveram o conhecimento e a concordância dos participantes da pesquisa?

Não se aplica porque a pesquisa não envolveu a participação de seres humanos.

Participantes da pesquisa assinaram Termo de Consentimento Livre e Esclarecido?

Não se aplica porque a pesquisa não envolveu a participação de seres humanos.

A pesquisa tramitou em Comitê de Ética em Pesquisa?

Não se aplica porque a pesquisa não envolveu a participação de seres humanos.

O Comitê de Ética em Pesquisa aprovou a coleta dos dados?

Não se aplica porque a pesquisa não envolveu a participação de seres humanos.

Mencione outros cuidados éticos adotados na realização da pesquisa e na produção do artigo:

Armazenamento do levantamento bibliográfico que foi tabelado.