

Literacias, cidadania e democracia: um caminho comum

Patrícia Silveira

(Faculdade de Design, Tecnologia e Comunicação da Universidade Europeia/IADE-UE;
Universidade do Minho/CECS)
ORCID: 0000-0002-3837-584X
(patricia.silveira@universidadeeuropeia.pt)

Ricardo Morais

(Faculdade de Letras da Universidade do Porto; Universidade da Beira Interior/LabCom)
ORCID: 0000-0001-8827-0299
(rjmorais@letras.up.pt)

Patrícia Silveira (short bio): Coordenadora Académica da Faculdade de Design, Tecnologia e Comunicação da Universidade Europeia (IADE-UE), e Professora Associada na mesma instituição, concluiu o Doutoramento Europeu em Ciências da Comunicação (financiamento pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia) com uma tese sobre a receção da atualidade informativa pelos públicos infantojuvenis. A par da atividade de coordenação e de docência, é Investigadora Integrada no Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho.

Ricardo Morais (short bio): Doutor em Ciências da Comunicação e Mestre em Jornalismo pela Universidade da Beira Interior (UBI). Atualmente é Professor Auxiliar na Faculdade de Letras da Universidade do Porto e Investigador do projeto “MediaTrust.Lab - Laboratório de Media Regionais para a Confiança e Literacia Cívicas”. É membro integrado da unidade de investigação LABCOM - Comunicação e Artes, onde integra o grupo Comunicação e Media.

Literacias, cidadania e democracia: um caminho comum

Resumo (PT): O desenvolvimento tecnológico e a proliferação das ferramentas e conteúdos digitais têm-se constituído como elementos que desafiam as empresas mediáticas e os produtores de conteúdos, mas também os públicos, que, instigados por contextos crescentes de desinformação, colocam muitas vezes em causa os valores democráticos e a participação cívica consciente. Nos últimos anos tem sido ainda mais evidente a utilização daquelas plataformas para o crescimento de populismos e o reforço de governos autoritários. Neste contexto de ameaça à democracia liberal, à cidadania e à participação cívica, o dossiê temático “Literacia mediática: estratégias para fortalecer a cidadania e a democracia” visa explorar, a partir das investigações de um conjunto de autores, a importância e o papel da literacia mediática e digital enquanto elemento constitutivo e essencial para a formação de uma cidadania participativa, crítica, digna e justa, enquanto valor essencial na construção e manutenção de sociedades plurais e democráticas.

Palavras-chave: Literacia mediática, Públicos, Democracia, *Media*, Desinformação.

Literacies, citizenship and democracy: a common path

Abstract (EN): Technological development and the proliferation of digital tools and content have become elements that challenge media companies and content producers, as well as audiences, which, instigated by growing contexts of disinformation, often call into question democratic values and conscious civic participation. In recent years, the use of those platforms for the growth of populism and the reinforcement of authoritarian governments has become even more evident. In this context of threat to liberal democracy, citizenship and civic participation, the thematic dossier “Media literacy: strategies to strengthen citizenship and democracy” aims to explore, based on the investigations of a group of authors, the importance and role of media and digital literacy as a constitutive and essential element for the formation of participatory, critical, dignified and fair citizenship, as an essential value in the construction and maintenance of plural and democratic societies.

Keywords: Media literacy; Public; Democracy; Media; Disinformation.

O ritmo acelerado a que as informações circulam, sobretudo no mundo digital, aliado às transformações que se verificam na produção de conteúdos (Bruns, 2007; Anderson, Bell & Shirky, 2014), veio reforçar a importância de se promover a literacia mediática e digital enquanto estratégia de desenvolvimento democrático. A compreensão crítica e a participação ativa são assim a base de todas as democracias, na medida em que a ausência destas competências impede determinados setores da sociedade de fazerem escolhas informadas, expondo-os a conteúdos falsos e afetando a natureza e a qualidade do debate público.

É neste contexto que é necessário consolidar o conhecimento científico sobre o entendimento e as percepções que os cidadãos têm sobre o processo democrático, a participação cívica e a cidadania. Não se trata somente de analisar o que sabem os públicos sobre os políticos ou as instituições políticas. Pensar numa literacia para a cidadania e a democracia é entrar no campo mais amplo da identificação de um conjunto de competências sem as quais os cidadãos não seriam capazes de agir criticamente, em contexto democrático (Buckingham, 1999; Lazo, 2005).

Nos últimos anos temos vindo a assistir a um aumento da manipulação intencional e sistemática de informações, que tem levado à criação de propostas e iniciativas com vista a diminuir, ou eliminar totalmente, a circulação de informação falsa, vista como uma ameaça à democracia (Rodríguez-Martelo, 2022). A disseminação destes conteúdos acontece a uma velocidade e escala nunca antes vistas, como consequência da democratização no acesso às plataformas digitais e aos *media* sociais. Esta é uma dinâmica que constitui, hoje, parte do debate público e político, pelo que se torna fundamental que, no contexto da sociedade, os cidadãos saibam enquadrar, de forma ética e eficaz, consumos de informação que possibilitem detetar a natureza dos interesses manipuladores, com vista a consumir e partilhar informação na qual possam confiar, para tomarem decisões informadas e esclarecidas.

É no sentido de procurar maximizar os benefícios e minimizar os prejuízos decorrentes dos usos dos *media* e de informação falsa que a literacia mediática faz sentido, na medida em que procura potenciar o desenvolvimento de competências que permitam que os cidadãos lidem com os *media* e as suas mensagens de forma saudável, esclarecedora e crítica, particularmente no que ao contexto das plataformas digitais diz respeito (Hobbs, 2013). Crê-se que uma aposta consistente na literacia digital resultará em cidadãos mais

informados e participativos no mundo, podendo contribuir de forma significativa para o seu país e a comunidade em que se inserem (Hobbes, 2013; Moeller, 2009).

Este é um tema que merece destaque na agenda da União Europeia, tendo-se convertido, juntamente com o direito à liberdade de expressão e de informação, num dos principais pilares dos direitos de comunicação. Trata-se do desenvolvimento de competências para um uso esclarecido, consciente e crítico dos meios de comunicação e das suas mensagens. Consideramos, por isso, que a aposta em medidas que visem a literacia mediática e digital deve ser algo presente ao longo da vida. O presente e o futuro e a sua consolidação em termos políticos, económicos, sociais, educativos, ambientais e comunitários dependem de uma atuação cívica consciente e de um papel de liderança privilegiado, sobretudo por parte das novas gerações. Importa, por isso, pensar em formas de consciencialização e de desenvolvimento do pensamento crítico sobre os assuntos com os quais os públicos contactam diariamente e que ajudam, também, à construção das representações sobre o mundo; mundo no qual as crianças e os jovens atuarão como cidadãos globais e locais (Lacave, 2011; Silveira, Morais & Dias, 2021).

Desenvolver estas competências implica que haja uma aprendizagem e consciencialização sobre o modo de funcionamento das indústrias mediáticas. Os meios de comunicação são propriedade de grandes grupos económicos e, como tal, as mensagens que criam e distribuem sofrem a influência de fatores políticos, económicos, sociais, entre outros. Os *media* contam estórias sobre a realidade que têm, inevitavelmente, influência sobre o modo como se criam as interpretações sobre o mundo (Innerarity, 2009; Schutz, 1974). Este é um ponto fundamental para o âmbito da literacia mediática e digital e merece ser pensado no âmbito da esfera cívica e do contexto das instituições públicas e políticas.

Foram vários os investigadores que responderam a esta chamada, submetendo os seus artigos, que em muito contribuem para a reflexão sobre a importância da literacia para a cidadania e democracia e, mais concretamente, para se perceber quais as competências que devem ser desenvolvidas e as ferramentas a ser utilizadas na promoção de uma cidadania mais ativa. Queremos, por isso, felicitar todos os investigadores pelos seus trabalhos e pelas diferentes abordagens que apresentaram. Gostávamos igualmente de deixar uma palavra para todos os revisores, que foram determinantes na produção deste dossiê temático. Embora o trabalho dos revisores nem sempre seja valorizado, a verdade

é que não é possível garantir publicação científica de qualidade sem o trabalho, tantas vezes invisível, desses investigadores.

Deixamos uma palavra também à Coordenação Editorial da *Revista Comunicação Pública*, pela forma como acolheu a proposta de tema para este dossiê temático, mas sobretudo por todo o apoio que nos deu na gestão deste processo. Neste sentido, deixamos um agradecimento especial à Margarida Carvalho e à Patrícia Alves Carvalho Lobo.

Este número da *Revista Comunicação Pública* abre com o contributo de Roseane Andrelo e Luiza Campos Mendonça, que promovem uma reflexão sobre a relação entre o consumo mediático dos jovens, o interesse por assuntos públicos e a possibilidade de uma participação mais ativa nas comunidades que integram. No artigo “Estratégias de literacia midiática voltadas para o interesse dos jovens pela cidadania digital: uma proposta de ação”, são realçados os diferentes recursos que os jovens têm hoje ao seu dispor enquanto produtores de conteúdo, e como as estratégias de literacia mediática e digital devem considerar também essas novas formas de expressão, como são os casos dos vídeos, dos *memes* e dos *emojis*. As autoras concluem que é necessário pensar nestes produtos culturais e integrá-los nas estratégias de literacia para fomentar o interesse dos jovens pela cidadania digital.

Escutar os jovens foi também o que fez Adelino Cunha no artigo “O jornalismo participativo como território partilhado: práticas e narrativas”. Numa época marcada pelos enormes desafios que se colocam ao jornalismo, nomeadamente em termos de recolha, produção e distribuição de conteúdos, o autor recupera o debate sobre a participação dos cidadãos no jornalismo. Considerando as diferentes definições de jornalismo público, jornalismo cidadão e jornalismo participativo, é discutido o papel dos cidadãos, sob a perspetiva dos futuros profissionais do jornalismo. Através da aplicação de um inquérito junto de estudantes de Ciências da Comunicação, o autor tenta perceber em que medida estes consideram que o envolvimento dos cidadãos nos debates públicos é necessário e relevante, mas também sob que enquadramento ético, deontológico e legal ele deve acontecer. No final, fica a ideia de que aqueles que poderão ser os futuros jornalistas acreditam no papel deliberativo dos cidadãos e na sua relevância para o futuro da profissão.

Falar de literacia é necessariamente falar de pensamento crítico enquanto prática diária que deve integrar as nossas dietas mediáticas. É precisamente nesse sentido que vai o

texto de Paulo Barroso, que nos apresenta uma perspectiva sociológica sobre a relação entre o pensamento crítico e as literacias mediáticas e digitais. Em “Critical thinking applied to media and digital literacies”, o autor realça a importância de se considerar o pensamento crítico enquanto processo de análise e avaliação e, por isso, ferramenta determinante de literacia. É destacado o papel da crítica no combate à desinformação, sobretudo no ambiente digital, ao mesmo tempo que o autor alerta para a necessidade de a literacia considerar os novos desenvolvimentos tecnológicos e adaptar as suas práticas.

A importância da literacia no combate à desinformação também é abordada no texto de Mariana Silva Augusto e Marina Maria Soares da Silva. Em “Fighting Disinformation during the COVID19 pandemic: the role of PSM through social media initiatives”, as autoras analisam o papel do serviço público de *media* na promoção da literacia e na defesa dos valores democráticos. Através de um estudo comparativo, entre os operadores públicos de Portugal (RTP) e da Alemanha (ZDF), avaliam a atuação no combate à desinformação durante a primeira fase da pandemia. Olhando em particular para os canais de Facebook e Youtube, as autoras concluem que, apesar de os dois operadores recorrerem a estas plataformas para veicular conteúdos contra a desinformação, a quantidade de mensagens publicadas é distinta, bem como a abordagem e interação do público. Concluem ainda que, apesar de procurarem chamar a atenção para os perigos da desinformação, os operadores públicos dos dois países apostam pouco em produções originais que considerem as características das redes sociais digitais, limitando-se, na maioria dos casos, a adaptar os conteúdos que aí publicam.

As redes sociais digitais são também o objeto de análise do artigo de Catharina Vale e Vitória Sousa, que avaliam em particular a relevância estratégica que um *hashtag* pode ter do ponto de vista político. O ponto de partida para o estudo é o cenário social e político que tem caracterizado o Brasil nos últimos anos, e que contribuiu para uma polarização da sociedade. Considerando essa realidade, mas também as discussões em torno do populismo e das redes sociais digitais, as autoras indagam sobre o modo como o Instagram é usado do ponto de vista político. No artigo “Como *hashtags* no Instagram podem ser utilizadas estrategicamente na política – uma análise da *#mulheresnapolitica* no Brasil”, é abordada a importância de estudar o Instagram e olhar para os *hashtags* como ferramenta de comunicação política. Concluem que, no caso em estudo, o recurso ao *#mulheresnapolitica* não remete necessariamente para a participação política das

mulheres, sendo por isso importante considerar, como também é realçado noutros artigos deste número, o significado e impacto destas novas formas de expressão.

Do Brasil viajamos até à Letónia, para tentar perceber, com Anda Rožukalne e Aija Kažoka, a forma como a alfabetização mediática e informacional tem sido enquadrada pelos *media* do país. No artigo “It’s complicated, but we put it “simply”. Analysis of the media literacy framing in Latvian Media Support Fund projects (2018 - 2020)”, é feita uma análise aos projetos que têm recebido financiamento, mas é também discutida a qualidade dos conteúdos desenvolvidos. As autoras concluem que é limitada a representação que tem sido feita da literacia, na medida em que grande parte dos enquadramentos a vinculam a uma simples avaliação do uso dos *media* e à seleção das fontes de informação. Dessa forma consideram que se limita o alcance e a compreensão sobre a alfabetização mediática, porque não se considera verdadeiramente o impacto dos conteúdos.

No artigo seguinte, Arthur Germano Nolasco Rucks, Alessandro Mateus Felipe e Cristóvão Domingos de Almeida exploram a importância da literacia, mas considerando, desta vez, a sua aplicação na área da publicidade. Em “A literacia publicitária como incentivo para o exercício da cidadania comunicativa em sociedades democráticas”, os autores destacam como o uso de fichas pedagógicas em contexto de sala de aula pode ajudar a promover a cidadania. A proposta surge a partir dos trabalhos desenvolvidos no âmbito do “OPSlab – Laboratório de Estudos e Observação em Publicidade, Comunicação e Sociedade” e permite concluir que a prática da literacia publicitária ajuda na abordagem de questões relevantes do ponto de vista social e contribui para a formação de cidadãos mais ativos do ponto de vista cívico.

Depois de uma proposta sobre literacia publicitária, o dossiê continua com o trabalho de André Carita, que se propõe refletir sobre o potencial dos videojogos para a discussão de temas fraturantes. Em “*Trash games*: o importante poder obscuro da comunicação e dos videojogos”, o autor debruça-se sobre o modo como determinados videojogos têm explorado temáticas sensíveis e controversas, como a violência física ou sexual, estimulando a discussão sobre estas. No artigo é defendida a natureza comunicacional dos videojogos e o potencial destes produtos culturais na criação de espaços para a discussão e confronto de ideias. O autor conclui que, apesar da polémica que se gera em torno de alguns videojogos, a verdade é que abordagens menos consensuais têm ajudado a pensar o futuro das indústrias criativas, contribuindo para a sua evolução.

O dossiê encerra com o trabalho de Joana Bernardo, Ricardo Loureiro, Hugo Loureiro, Elaine Santana e Rosa Silva, que promovem uma reflexão sobre a importância da literacia mediática ao longo da vida e não apenas como atividade direcionada para determinadas faixas etárias. No artigo “Literacia Mediática na promoção do Envelhecimento Ativo: Reflexão teórica”, os autores defendem a necessidade de trabalhar a literacia enquanto processo educativo capaz de dotar os cidadãos de competências e conhecimentos que lhes permitam ser autónomos no exercício de uma participação crítica e de uma cidadania ativa. O trabalho, que assume uma dimensão essencialmente teórica e reflexiva, reconhece a educação e literacia mediáticas como promotoras do pensamento crítico e de um envelhecimento ativo, sem os quais não é possível construir sociedades inclusivas e democráticas.

REFERÊNCIAS

- Anderson, C. W., Bell, E. J. & Shirky, C. (2014). Post industrial journalism: Adapting to the present. Tow Center for Digital Journalism, Columbia University. <https://doi.org/10.7916/D8N01JS7>.
- Bruns, A. (2007). Prodsusage: Towards a broader framework for user-led content creation. In B. Shneiderman (Ed.), Proceedings of 6th ACM SIGCHI Conference on Creativity and Cognition 2007, Washington DC, USA (pp. 99-105). Association for Computing Machinery.
- Buckingham, D. (1999). The big picture: Mapping children`s use of old and new media. *Convergence*, 5(4), 121-125. <https://doi.org/10.1177/135485659900500409>.
- Hobbs, R. (2013). Media Literacy. In D. Lemish (Ed.), *The Routledge international handbook of children, adolescents and media* (pp. 417-424). Routledge.
- Innerarity, D. (2009). *A sociedade invisível: Como observar e interpretar as transformações do mundo atual*. Editorial Teorema.
- Lacave, T. (2011). El lugar de la familia en el proceso de recepción televisiva infantil. In P. F. Martínez (Coord.), *Los niños y el negocio de la televisión: Programación, consumo y lenguaje* (pp. 31-65). Comunicación Social.
- Lazo, C. (2005). Agentes mediadores y responsables del consumo infantil de televisión: Familia, escuela y medios de comunicación. *Revista Comunicación y Hombre*, 1, 19-34.
- Moeller, S. D. (2009). *Media literacy: Understanding the news*. Center for International Media Assistance.
- Rodríguez-Martelo, T. (2022). Las iniciativas de verificación y su relación con los medios en los países del sur de Europa. *Razón y palabra*, 25(112), 55-71. <https://doi.org/10.26807/rp.v25i112.1828>.

Silveira, P., Morais, R. & Dias, J. (Eds.) (2021). *As gerações dos ecrãs: práticas e experiências relacionadas com o online*. IADE Press. ISBN: 978-989-8473-28-8.

Schutz, A. (1974). *El problema de la realidad social*. Amorrortu.