

Os Media, as Literacias e a Cidadania

VÍTOR REIA-BAPTISTA

Universidade do Algarve / CIAC – Centro de Investigação em Artes e Comunicação

vreia@ualg.pt

Resumo:

Formar para intervir, desenvolvendo competências para promover a literacia dos media perspectivando uma cidadania activa, implica pensar, analisar, interpretar e equacionar o papel dos Media, das Literacias e das Cidadanias nas sociedades em que vivemos. No entanto, as sociedades modernas e há quem diga pós-modernas em que vivemos têm, por vezes, sido caracterizadas como exemplos cada vez mais apurados do que também se tem chamado um certo modelo de «sociedade do espectáculo»¹. Esse crescente apuramento de modelos de «espectacularidade» não é de modo algum alheio a um acelerado e estonteante desenvolvimento tecnológico de diferentes suportes e de diversas práticas comunicativas, bem como de múltiplos registos dessas mesmas práticas de comunicação cultural, social e organizacional, no mais amplo sentido dos termos, ou seja, enquanto processos de criação e de multiplicação de um enorme património de registos das mais diferentes culturas e atitudes comunicativas. E no entanto, paradoxalmente, estas sociedades do «espectáculo», da «informação», da «comunicação» e do «registo» correm sérios riscos de se tornarem sociedades sem memória se não souberem identificar, interpretar, contextualizar, preservar e recuperar os seus inúmeros e acelerados produtos e registos, os quais podem pura e simplesmente destruir-se mutuamente em processos de autofagia funcional/tecnológica e memorial/contextual que poderão determinar de modo quase imperativo as formas como os media, a sua utilização e a sua apropriação condicionam os actos de cidadania, seja ela desejavelmente «mais activa» ou irremediavelmente «mais passiva». Neste contexto, importa saber identificar o modo como as artes, as ciências, as tecnologias e as literacias dos media podem contribuir para nos ajudar a preservar simultaneamente um registo factual dos acontecimentos e dos fenómenos culturais e sociais, assim como uma abordagem global, interactiva, compreensiva, crítica e actuante dos mesmos.

Palavras-chave:

dos Media; Contextualização Cultural; Apropriação Crítica e Criativa.

Os Media

Os meios de comunicação de massas, ou os Media, leia-se «Média», como designação abreviada e generalizada para designar esse conjunto de meios que os autores anglófonos, principalmente, apelidaram de «mass media», indo buscar ao latim a forma plural do vocábulo *medium* - meio - para apelidar esse corpo variado e multifacetado de estruturas informativas e comunicativas dirigidas a audiências massivas, ou seja não individualizadas”, mas, cada vez mais, destinados a nichos bem identificados e por vezes já quase completamente individualizados, correspondem, também cada vez mais, a entidades complexas de mediação e intermediação de informação, produzindo e difundindo quantidades crescentes de conteúdos gerais, ou generalistas, bem como específicos, ou temáticos, de modo programado, estruturado, sistematizado e ordenado, mas também de modo fragmentário, não estruturado, desorganizado e avulso, não sendo sempre possível muitas vezes identificar as fontes de origem informativa, as suas verdadeiras razões mediáticas de ser, ou até mesmo a verdadeira natureza semântica desse diversificado caudal informativo e comunicativo, especialmente, tal como ele se apresenta nos diferentes suportes digitais, onde se destaca, obviamente, a internet e as suas inúmeras redes e plataformas multimodais².

Vejamos então em primeiro lugar e á luz destes conceitos qual o papel que vem sendo assumido por alguns dos media, hoje já considerados como meios clássicos, que se tornaram, por modos e tempos diferentes, em elementos estruturantes da nossa cidadania quotidiana e das suas literacias inerentes, ou seja, um papel que em muitos aspectos contem verdadeiros elementos de natureza pedagógica, no sentido mais amplo do termo «pedagogia», tal como tantas vezes foi utilizado, entre outros, por Paulo Freire, levando-nos a identificar um vasto conjunto de fenómenos formativos como parte integrante de uma verdadeira pedagogia dos media, mas os quais não foram, geralmente, programados nem produzidos com qualquer finalidade pedagógica.

A imprensa.

Os meios impressos com algum grau de periodicidade, designadamente os seus canais mais emblemáticos – os jornais e a sua actividade primordial – o jornalismo, são há séculos os elementos fundamentais de uma certa ideia de sociedade moderna, porque informada, culta e opinativa. Estes mesmos elementos mediáticos enfrentam, talvez mais do que quaisquer outros, enormes desafios relacionados com a sua própria natureza e com as suas funções em vias da profunda mutação de que são alvo ao transitarem de um paradigma analógico e relativamente estável para um paradigma digital cuja enorme transmutabilidade faz parte da sua própria condição mediática. No entanto, nesta nova era digital deveremos, ainda assim, olhar com uma certa atenção para alguns produtos mediáticos de cariz essencialmente analógico, tais como alguns jornais temáticos e de nicho, como por exemplo os jornais escolares, porque como produtos de comunicação mais específicos juntam facilmente muitos dos saberes conhecidos e muitas das capacidades narrativas, verbais e não-verbais, pictóricas, textuais e intertextuais num único suporte estável e facilmente manuseável por receptores também em situações específicas, nomeadamente sedentos de um certo carácter eclético que tantas vezes se perde na floresta mediática digital. Por outro lado, este carácter eclético também se pode apresentar, facilmente, sob formas sincréticas, aparentemente fragmentadas e desordenadas, especialmente desde que o desenvolvimento tecnológico, informativo e multimediático, vem permitindo um tratamento da informação registada e veiculada através de múltiplas linguagens, em moldes inovadores e muitas vezes disruptores dos cânones narrativos e informativos tradicionais.

De qualquer modo, por qualquer que seja a forma comunicacional com que as suas linguagens e respectivas mensagens «impressas» se nos apresentem, será muito difícil, senão impossível,

ignorarmos o impacto de umas e outras aos mais vários níveis das nossas estruturas socioculturais, assim como, ainda que inconscientemente, nos mais variados contextos da nossa vida quotidiana. E um desses contextos é, seguramente, o contexto formativo no seu sentido mais lato e, conseqüentemente, as suas estruturas de processamento cognitivo. Os jornais, impressos ou digitais, apresentam ainda hoje formas relativamente simples e directas de comunicação, assim como de recolha e apuramento de informação, tanto mais aprofundadas quanto mais, melhores e mais fiáveis métodos de referenciação hipertextual forem desenvolvidos pelos diferentes canais e agentes jornalísticos. Este é, provavelmente, um dos mais importantes contributos que a imprensa poderá ainda dar para o estabelecimento e desenvolvimento de uma literacia dos media. Veja-se, neste contexto, o exemplo dos países nórdicos que fizeram transitar rapidamente os seus jornais analógicos, amplamente ancorados em elevados índices de recepção, para excelentes plataformas digitais e multimediáticas de informação, referenciação e interacção, sem perderem demasiada importância enquanto objectos privilegiados de recepção quotidiana por via física – papel e analógica.

A rádio.

A Rádio ainda é hoje, nesta era que vai da mais ampla globalização á mais espartilhada segmentação, o meio mais genial da vasta gama de canais dos novos e velhos media com que comunicamos a todo e qualquer momento. A esta genialidade também chamamos muitas vezes «A Magia de Rádio».

Este meio e os seus canais têm de se diferenciar necessariamente pela sua especificidade de veículos comunicacionais ao serviço de uma instituição, muitas vezes pública, o que implica o desenvolvimento de grelhas de programação que, sem esquecer a diferenciação dos seus públicos-alvo, deverão incluir obrigatoriamente elementos claros que denotem uma consciência e uma filosofia de serviço público, sem as quais passarão a ser apenas mais umas quantas rádios de tipo indistinto e incharacterístico, sejam elas do tipo «juke boxes», passando «play lists», ainda que alternativas, mais ou menos a contento de parte dos seus públicos, ou de outro qualquer tipo mais ou menos específico, ou geral, mas que não transportam grandes diferenças em relação a tantos outros canais públicos ou privados, culturais ou comerciais, existentes nos mesmos espaços e espectros e que procuram atingir sectores de audiência muito próximos e até mesmo coincidentes. Assim, os diferentes canais necessitam de desenvolver e de divulgar uma filosofia própria de rádio que os diferencie e justifique como elementos essenciais de uma cultura de massas, que passa necessariamente por alguma capacidade de experimentação, renovação e quebra das barreiras formais, estéticas e comunicacionais predominantes, mas também, forçosamente por uma forte capacidade de compromisso ético, cívico, cultural e até educacional e científico, com expressão editorial clara que se possa plasmar e identificar facilmente nas grelhas de programação e, de algum modo, em cada um dos seus programas. Em suma, os canais de rádio deveriam constituir-se em autênticos veículos de literacia cívica e mediática, cultural, crítica e criativa, para as suas audiências, utilizando o enorme potencial de registo e de recuperação de registos que a segmentação e a fragmentação temporal, assim como a enorme abrangência geográfico-cultural permitem através dos suportes digitais. O «Génio da Rádio», tal como Kaye & Popperwell lhe chamaram³, é suficientemente pequeno para caber dentro de uma garrafa e suficientemente grande para cobrir continentes. De facto, a Rádio é um meio extraordinariamente versátil e capaz de abranger situações extremamente diferenciadas que vão desde momentos únicos de grande intimidade entre o emissor e o receptor e situações de comunicação massiva e impessoal, por vezes até mesmo de alerta global e imperativo. Obviamente, isto só acontece porque as audiências da Rádio são passíveis de se comportar e de responder dessas formas bem diferenciadas. Ou seja, na maior parte dos casos, não é a Rádio que forma as audiências, mas sim as audiências que enformam a Rádio. E de tal modo assim é que a Rádio sabe

adaptar as suas linguagens, os seus conteúdos, os seus formatos e os seus tempos às comunidades que pretende atingir, sejam elas formadas por grupos isolados e longínquos de populações agrícolas, por exemplo, em contextos educacionais latino-americanos, ou por grupos mais próximos de estudantes universitários com características de contextos urbanos, de modernidade mediática e bem mais consumista como são os públicos das modernas rádios universitárias e de outras rádios temáticas. Estes públicos desenvolveram literacias radiofónicas diferentes geralmente bastante apuradas e, de facto, penso ser possível afirmar que a rádio terá sido um dos meios de comunicação que melhor e mais rapidamente compreendeu o tipo de literacias exigidas pelos novos formatos e pelas novas tecnologias e difusão, quer ao nível dos seus receptores, que ao nível dos seus produtores. Este facto coloca de imediato uma questão extremamente importante e urgente: não são só os receptores que necessitam de desenvolver uma apurada literacia dos media, os fazedores dos media necessitam igualmente de desenvolver literacias equivalentes, seja através de processos formais de treino e formação profissional, seja através dos já aqui identificados mecanismos informais de acção e de interacção pedagógica que se processam e desenvolvem no seio dos próprios media.

Deste modo, torna-se importante perceber que tipo de literacias já estão, aparentemente, bastante bem implantadas em torno da rádio e dos seus muitos canais, sejam eles públicos ou privados, povoando os espectros rádio-eléctricos nacionais e internacionais, ou existindo mais pausadamente nos suportes digitais de gravação áudio, ou até mesmo em directo de qualquer parte do mundo para qualquer outra parte da Terra, importando saber quais são as suas principais características e qual é a sua incidência junto de diferentes sectores de público e das suas literacias. Basicamente, os principais modelos têm origem na emissão por vias hertzianas e dividem-se por quatro grandes tipos distintos:

Rádios de Palavra – são as chamadas rádios dedicadas à informação noticiosa, transmitindo geralmente 24 horas por dia e segmentando os seus tempos de emissão em períodos certos de informação, por exemplo às horas certas e às meias horas. O exemplo típico deste tipo de rádios é o caso da TSF portuguesa.

Rádios de Música – também chamadas «music-boxes» transmitindo música variada ou temática durante todo o período de emissão e muitas vezes em regime «non-stop». São o paradigma da ditadura das listas de temas, artistas, ou discos, também conhecidas por «play-lists». São disto exemplo várias rádio portuguesas e internacionais que transmitem quase só música ainda que diferenciada por sectores etários e geracionais.

Rádios Temáticas – são os canais privilegiados de emissão cultural temática subordinada a tipos pré-definidos de diferentes idiosincrasias culturais geralmente dirigidas a audiências bem identificadas de consumidores desses produtos, sejam, por exemplo, de índole religiosa, educativa, científica, ou até mesmo musical, como por exemplo no caso de canais passando exclusivamente jazz, música clássica, ou, de novo, música nostálgica e geracional entre outros géneros.

Rádios Generalistas – são os exemplos mais tradicionais das rádios nacionais de grande cobertura e expansão, tipo «Rádios Nacionais», procurando atingir uma amálgama de públicos variados e mesclados, tentando sobretudo fazer uma certa segmentação e diferenciação de programas de acordo com algum conhecimento prévio dos hábitos de recepção para os diferentes períodos de emissão ao longo do dia e da noite.

Obviamente, os canais de rádio que agora assentam essencialmente nos suportes digitais não devem nem podem repetir apenas estes modelos de transmissão radiofónica sob risco de se aniquilarem na sua ausência de funcionalidade específica. As novas formas de fazer rádio nesta era de comunicação global têm forçosamente de encontrar modelos próprios que assentem num tripé relacional de compromissos público ou quase privado entre emissores e receptores, a saber: vocação de serviço público enquanto reflexo da própria missão dos diferentes canais, assim como vocação

experimentalista e inovadora de formas e conteúdos em contextos diferenciados de difusão cultural, social, educativa, ou outra, abrangente e variada ou limitada e específica, mas necessariamente com uma preocupação permanente de formação de novos públicos em áreas de acesso menos óbvio e eventualmente mais difícil porque menos divulgado. É, muito provavelmente, neste equilíbrio entre privacidade e publicidade, no sentido literal do termo, que se possa desenvolver entre receptores e fazedores radiofónicos que as literacias deste meio terão ainda muito caminho para percorrer apesar do elevado grau de literacia de que o meio já usufrui.

A televisão.

Este será o meio que acusa um maior desgaste e, de certo modo, uma maior dificuldade de adaptação aos novos ambientes de exposição mediática⁴, talvez porque as literacias desenvolvidas junto dos receptores e dos fazedores televisivos durante a segunda metade do século xx foram tão poderosas e estiolantes que agora apresentam grande dificuldade face à mudança de paradigmas mediáticos em que se inserem. Assim sendo, não houve nem havido lugar ao desenvolvimento de grandes diferenças gramaticais para os casos em que se produzem outro tipo de mecanismos de registo e visionamento, como aconteceu no caso da videografia das décadas de 70 e 80 do século passado, quer para a televisão quer para a generalidade dos restantes suportes plásticos, informáticos e de comunicação multimedia, incluindo algumas ligações em rede que se manifestam no seio do meio televisivo, dado que as bases e os níveis de articulação das principais linguagens televisivas são praticamente os mesmos em qualquer desses suportes. No entanto, há que considerar o desenvolvimento tendencial de alguns dialectos, com a consequente formação de alguns géneros e sub-géneros, que aparentam adaptar-se melhor às condições de registo e visionamento em cada um destes novos ambientes de exposição mediática.

No campo dos registos poderemos notar a existência de três dialectos diferenciados e específicos para os suportes videográfico-televisivos e informáticos respectivamente: os «directos», os «directos aparentes» e os «gravados». Encontram-se na primeira categoria, obviamente, as notícias, as quais, pela sua própria natureza de actualidade noticiosa não se adequam nada bem aos principais modos de repositório digital. Este problema de desadequação pode ser compensado até certo ponto com a capacidade digital de propiciar notícias locais, em tempo real, para qualquer parte do mundo – algo que é bastante apreciado por algumas comunidades distantes do seu local de pertença cultural, tal como o caso dos emigrantes. A segunda categoria assenta essencialmente nos chamados «shows» de diferente natureza «reality», «talk», «fame», ... e estes programas assentam geralmente em bases de uma fidelização segmentada de audiências que não se reproduz facilmente nos ambientes digitais – aqui as literacias inerentes a um e outro ambiente de exposição mediática são significativamente diferentes e sobretudo os fazedores de televisão generalista parecem não ter compreendido este fenómeno muito bem. O terceiro grupo, de programas gravados com diferente incidência temática e duração variada, preferencialmente curta, formam o conjunto de produtos que melhor se poderiam adaptar aos novos ambientes, mas, por outro lado, nesta categoria a concorrência é enorme e imparável, seja através de plataformas sobejamente conhecidas como o «youtube», quer através da crescente e cada vez mais criativa produção individual que se faz divulgar nas várias redes sociais e outras plataformas de reposição e visionamento. O mesmo fenómeno verifica-se no caso dos registos informáticos e digitais, quer na produção e na articulação de imagens e sons de síntese, quer na produção e articulação de ligações hipertextuais de toda a ordem.

No campo dos visionamentos verifica-se um condicionalismo acrescido na apropriação das videografias televisivas (que já não se verificava tão acentuadamente nos ecrãs televisivos de última geração em relação ao cinema). Trata-se aqui das dimensões reduzidas dos ecrãs de visionamento, que implicam uma fraca receptividade a planos de conjunto e de informações específicas onde se

percam os pormenores de significância narrativa, os quais, por sua vez, seriam os elementos capazes de produzir efeitos semelhantes aos dos dialectos de registo. Daí a apelação da televisão como «a caixa das cabeças falantes» continuar a ser adequada e condicionante do meio. Esta adopção condicionada de dialectos, bem marcante em determinados géneros televisivos, como a apresentação de notícias e debates, mas também em géneros de ficção próprios com no caso das telenovelas, ou dos filmes televisivos, poderá não se acentuar sempre de modo tão marcado nas formas de comunicação digital e multimedia, pela simples razão de que as relações de curta distância entre os ecrãs e os receptores individuais que se estabelecem, não produzirem exactamente o mesmo efeito de alheamento dos pormenores em todos os casos. De qualquer forma, as literacias inerentes a estas novas formas de visionamento poderão, de certo modo, ser bastante mais libertadoras para os receptores já estes que parecem não ficar sujeitos a tão eficientes mecanismos de fidelização.

O cinema.

Por fim o cinema e as linguagens fílmicas que nos acompanham já há mais de cem anos e têm contribuído para a formação de muitos dos nossos padrões de comportamento moderno em função de tantas outras actividades de registo fílmico e cinematográfico.

Estas actividades de registo cinematográfico desenvolveram-se à sombra de um conjunto de normas da cinematografia, ou de códigos cinematográficos, mais vulgarmente também designados por «gramática cinematográfica», da qual fazem parte todas as categorias de classificação morfológica fílmica já bastante bem conhecidas e que aqui nos dispensamos de enumerar. A literacia fílmica será uma das componentes da literacia dos media que mais solidamente se foi alicerçando no seio dos diferentes agentes mediáticos em causa, emissores e receptores. A aceitação desta definição gramatical e lexical para a cinematografia pressupõe a aceitação das suas implicações para outras formas de registo audiovisual que já aqui vimos, tais como a videografia caseira e televisiva nos seus diferentes moldes, assim como para os diferentes mecanismos de registo digital que dão corpo às muitas e variadas formas de comunicação multimedia, incluindo a comunicação global em rede, vulgarmente designada por «internet», verificando-se assim que algumas das principais componentes das linguagens fílmicas estão também presentes e cada vez de modo mais preponderante nos restantes meios de comunicação. No entanto, em cada um desses meios, assumem, diferenciadamente, particular importância alguns dialectos em detrimento de outros, os quais acabarão por influenciar as restantes componentes de codificação das mensagens mediáticas, ou seja, as suas componente cinemáticas, ou ilusórias, e a sua componente fílmicas, ou narrativas.

No sentido de compreendermos melhor a importância desses dialectos, importa estabelecer, desde já, uma diferenciação clara entre os diferentes «factos» que lhes dão origem. Para tal fim, socorremo-nos em primeiro lugar dos conceitos, utilizados por Metz, de «facto cinematográfico» e «facto fílmico»⁵, os quais ele desenvolve a partir da distinção elaborada inicialmente por Cohen-Séat entre «Cinema e Filme: facto cinematográfico e facto fílmico»⁶, remetendo para a esfera cinematográfica todas as componentes infra-estruturais e para a esfera fílmica todas as componentes socio-culturais, ou seja, algumas das principais componentes da literacia fílmica. Neste sentido, a distinção de Cohen-Séat já continha, na sua essência, alguns dos principais elementos de distinção entre os dois tipos de factos, logo, de distinção entre dois tipos de literacias, uma mais instrumental e industrial e outra mais conceptual e artística. Esta distinção é bastante importante porque é ela que vai fazer incidir alguma luz sobre a importância dos elementos artísticos e criativos no contexto das aquisições de literacias. No entanto, Cohen-Séat considerava o facto fílmico apenas como uma parte integrante do facto cinematográfico que o englobava e precedia em todas as dimensões. Metz, por outro lado, desenvolvendo uma abordagem semiológica destes conceitos, veio abrir a possibilidade

teórica de ser o facto fílmico, através dos seus mecanismos de significação, não só a esfera que englobava o facto cinematográfico, como também, num contexto de cultura fílmica, o precederia, recusando a utilização até então generalizada, mas de senso comum, de expressões desprovidas de fundamento linguístico como fossem as designações «linguagem cinematográfica», «especificidade cinematográfica» e até mesmo «cinema», no seu sentido mais geral, para denominarem indiscriminadamente elementos, ou seja signos e significados, da esfera fílmica, mas não necessariamente cinematográfica. O problema que se coloca, então é saber como se processa essa articulação de signos e transposição de significados da esfera infra-estrutural dos factos cinematográficos para a esfera supra-estrutural dos factos fílmicos, sobretudo se considerarmos que os fenómenos de transposição em causa necessitam de uma camada, ou esfera, estrutural própria que sirva de sector de interligação entre fenómenos físicos e individualizados de registo, ou seja cinematográficos e os fenómenos culturais e socializados de interpretação e compreensão, ou seja fílmicos. Uma esfera que, muito provavelmente não andarà muito longe dos campos por nós já abordados nos outros media com elementos fundamentais de estruturação da literacia dos media. De facto, em função de os elementos fílmicos estarem assiduamente presentes nos restantes media, a literacia fílmica torna-se quase obrigatoriamente necessária para a cabal compreensão e apropriação desses mesmos media.

As Literacias

Mantendo bem vivo o exemplo seguido pela imprensa escandinava já anteriormente identificado, sabemos que o conhecimento humano, nas suas várias componentes científicas, artísticas e semânticas, tem-se acumulado e desenvolvido ao longo de processos evolutivos, sociais, culturais, religiosos, económicos e políticos, mas também tecnológicos. E mesmo os aspectos mais recentes e inovadores de um qualquer fenómeno de qualquer campo, digital ou analógico, real ou virtual, assentam sempre no conhecimento de dados anteriormente adquiridos, ainda que parcelares, nos processos de estudo desses mesmos fenómenos ou de outros que com eles se relacionam. Sendo assim para todos os campos do conhecimento, será necessariamente assim, também, para os campos da comunicação, da educação e da literacia em geral, bem como para o conhecimento dos seus fenómenos mais específicos - processos mediáticos e formativos em particular, dos quais fazem parte, obviamente, os fenómenos jornalísticos, mas também os seus mais recentes derivados multimediáticos, assumindo uma crescente importância, a todos os níveis, o estudo da sua evolução e respectivas implicações durante o último século e estes poucos anos mais de existência do século XXI. Logo, há que estudar tais fenómenos, investigando as suas problemáticas numa perspectiva histórica e evolutiva, mas dando particular atenção às últimas décadas do Século XX, em que o desenvolvimento e o cruzamento tecnológico dos canais como suportes activos da comunicação aconteceu a um ritmo alucinante e determinante para as próprias características dos actos comunicativos enquanto factores estruturantes das sociedades modernas, das suas culturas e do próprio comportamento humano. É através deste tipo de investigação que poderemos sustentar o nosso domínio sobre os diferentes problemas mediáticos que todos os dias vão surgindo em catadupa, sejam eles de ordem tecnológica ou de ordem semântica, em suma mediática. E é esse domínio que poderemos designar por uma verdadeira apropriação dos media, ou seja, uma ampla capacidade de abordar de modo global todas as facetas dos problemas e das questões que se nos possam colocar em função dos media e das suas mensagens, isto é, uma verdadeira literacia dos media.

Esta noção de literacia dos media, segundo David Buckingham⁷, está relacionada com a ideia de resultado cognitivo de todos os outros processos pedagógicos, em sentido lato – como a pedagogia dos media e sentido estrito – como a educação para os media, que se possam

desenvolver de modo formal ou informal em torno do receptor dos media e oriundos de modo pedagogicamente consciente ou completamente inconsciente por parte dos muitos e variados fazedores dos media.

Estas questões e outras, tais como a «tipificação» de ideias e de conhecimentos veiculados pelos media, ou a «diferenciação» de consumos mediáticos em função da diferenciação dos meios sociais e geracionais, mas que contam de igual forma numa perspectiva de transversalidade mediática, analisando a mesma incidência, ou incidências equivalentes, de fenómenos cognitivos e formativos nos principais media: Imprensa; Rádio; Televisão; Cinema; Internet;... constituem assim algumas das bases de partida para a estruturação dos conhecimentos adquiridos sobre esta problemática da construção das literacias, contribuindo decididamente para o desenvolvimento do conceito agregador, estruturante e sistematizante de pedagogia dos media como equivalente conceptual e paradigmático dos sub-campos em que se desenvolvem os fenómenos de interação mediática. Tais fenómenos têm sido observados e questionados no âmbito dos estudos nórdicos sobre esta matéria geralmente designados por «Mediapedagogik», cujos significados mais importantes se podem encontrar no seio das teorias críticas que geraram o conceito e que lhe conferem um conjunto de dimensões essencialmente críticas e auto-reflexivas, quer por parte dos receptores, quer por parte dos emissores. Neste contexto, os principais significados que assumem os diferentes processos de aquisição de uma literacia dos media são necessariamente bem mais críticos e anti-alienatórios do que os meramente instrumentais e operacionais, essencialmente geradores de competências mais ou menos específicas, o que os diferencia de algum modo dos contextos anglo-americanos mais predominante instrumentais no estudo destas questões, geralmente designados por «media literacy», ou seja, a mesma designação para diferentes processos de identificação e de reconhecimento mediático em torno das necessidades de contextualização cultural, de análise crítica e de construção criativa – as três dimensões fundamentais de qualquer abordagem em torno da literacia dos media. Uma tal necessidade de diferenciação de conceitos com as características apontadas, reside no facto de estarmos convencidos que existem várias componentes educativas, embora de ordem diversa e diferenciadamente problemáticas, em todos os processos comunicativos e mediáticos – razão mais do que provável para a existência de um campo geral e abrangente como a Pedagogia da Comunicação, que essas componentes podem assumir uma importante dimensão pedagógica consoante o tipo de processos mediáticos em presença – motivo de existência mais do que provável para um sub-campo como a Pedagogia dos Media, assim como de um campo envolvente de ambos, mas deles resultante – a Literacia dos Media e, por fim, que essas dimensões pedagógicas dos media podem assumir uma importância extrema, embora muitas vezes desconhecida ou ignorada, quando nesses processos forem manipulados determinados aspectos específicos relacionados com a natureza complexa e ecléctica, mas também sincrética, das suas linguagens e discursos, entendendo aqui o termo literacia como o catalisador dos vários mecanismos formadores de uma cultura crítica e reflexiva, mas também produtiva, experimental e inovadora, ou seja, indutora de autênticos mecanismos de cidadania.

As cidadanias, por fim.

A reflexão que aqui termina pretende, portanto, no seu conjunto, contribuir para a possibilidade de apropriação de elementos mediáticos de natureza variada que confirmem, ou denunciem, de algum modo, a existência de uma certa sequência hipotética de afirmações educativas, formativas e informativas, apreciando os seus contextos evolutivos de inserção e de contextualização, assim como analisando os seus elementos e as suas formas mais predominantes de expressão mediática, informativa e comunicativa, logo, de certo modo, também cognitiva e pedagógica, pelo menos no sentido mais lato que alguns autores conferiram ao termo «pedagogia», destacando-se, como já foi

referido, de entre esses, as abordagens de Paulo Freire, quer nas múltiplas abordagens reflexivas que experimentaram e publicaram, quer nas muitas outras formas de praxis pedagógica e de intervenção social, cívica e política que desenvolveram, mas referenciando sempre o termo «pedagogia» como o principal atributo de outros fenómenos sociais, culturais, económicos e políticos, isto é, como atributo de cidadania, mas considerando os fenómenos comunicativos como formas predominantes e determinantes na expressão desses outros fenómenos «cognoscitivos» e cívicos mais amplos, ou seja, como se de uma verdadeira literacia dos media se tratasse enquanto cimento de cidadanias activas.

Fica no ar, no entanto, uma questão por responder: será que as sociedades modernas, ou pós-modernas, em que vivemos pretendem ter sempre cidadão activos em todas e quaisquer circunstâncias, sejam elas educativas, culturais, religiosas, sociais ou políticas, incluindo as que são predominantemente mediáticas?

Notas

¹ Debord, 1967.

² Parte deste preâmbulo foi escrito anteriormente (Reia-Baptista, 2003) como introdução a uma problemática bastante mais abrangente do que o universo que aqui se aborda, mas que de facto se torna hoje ainda mais adequada face à enorme profusão de processos de produção, de informação e de consequentes actos de comunicação mediática com que lidamos quotidianamente.

³ Kaye & Popperwell, 1992.

⁴ Reia-Baptista, 2006.

⁵ Metz, 1971.

⁶ Cohen-Séat, 1946.

⁷ Buckingham, 2003.

Referências bibliográficas

- Alvarado, M (1975-78). *Screen Education* (ed.), N.Y., Columbia University Press, (ed. 1993).
- Buckingham, D. (2003). *Media Education*, Polity Press, Cambridge.
- Burn, A. (2010). 'Thrills in the Dark: Young People's Moving Image Cultures and Media Education'. *Comunicar* 35.
- Cohen-Séat, G. (1946). *Essai sur les principes d'une philosophie du cinéma*, Press. Univ. de France, Paris, (ed. 1958).
- Debord, G. (1967). *La Société du Spectacle*, Éditions Gallimard, Paris, (ed. 1992).
- Freire, P. (1997). *Pedagogia da Autonomia*, Editora Paz e Terra, S. Paulo.
- Kaye, M. & Popperwell, A. (1992). *Making Radio*. London: Broadside Books Limited.
- Masterman, L. (1989). *Teaching the Media*, London, Routledge.
- Metz, C. (1971). *Langage et Cinéma*, Éditions Albatros, Paris, (ed. 1992).
- Reia-Baptista, V. (2010). 'Film Languages in the European Collective Memory'. *Comunicar*, 35: 10-13.
- Reia-Baptista, V. (2010). 'Film Literacy: State of the Art', in *Avanca / Cinema*, Vol.II, Cineclub de Avanca.
- Reia-Baptista, V. (2009). 'Media Literacy and Media Appropriations by Youth', in *Euromeduc: Media Literacy in Europe, Controversies, Challenges and Perspectives*, EC, Brussels, pp 161-166.
- Reia-Baptista, V. (2009). 'Literacia dos Media como Resultado de Multi-Aprendizagens', em *Ensino Online e Aprendizagem Multimedia*, Lisboa, Relógio d'Água.
- Reia-Baptista, V. (2008). 'Multidimensional and Multicultural Media Literacy', in *Empowerment Through Media Education: An Intercultural Dialogue*, University of Gothenburg, Nordicom.
- Reia-Baptista, V. (2006). 'New Environments of Media Exposure. Internet and Narrative Structures: from Media Education to Media Pedagogy and Media Literacy' in *In the Service of Young People?*, Univ. of Gothenburg, Nordicom.
- Reia-Baptista, V. (2003), *A Pedagogia dos Media - A Dimensão Pedagógica dos Media na Pedagogia da Comunicação: o Caso do Cinema e das Linguagens Fílmicas*, (Tese de Dout.), Universidade do Algarve, Faro.
- Zagalo, N. (2010). 'Creative Game Literacy. A Study of Interactive Media Based on Film Literacy'. *Comunicar* 35; 61-68.