

Literacia Mediática no Espaço LusoBrasileiro: convergências e confluências.

Clarisse Pessôa, Simone Petrella, Manuel A. Cunha (CEFH – UCP, CRB Braga)

Ao refletir sobre as transformações ocorridas no quotidiano e nas culturas das sociedades portuguesa e brasileira, verificamos o importante papel desempenhado pelas novas possibilidades comunicativas, informativas e profissionais trazidas pelos media, com os seus conteúdos, as suas redes e os seus dispositivos. Mesmo entre as duas comunidades, observa-se uma grande convergência cultural promovida, em certa parte, pelas relações estabelecidas nos espaços virtuais e mediáticos. Verifica-se também um aprofundamento natural dos estudos, que se direcionam cada vez mais para a compreensão das transformações ocorridas nas culturas sociais e nos hábitos individuais, por influência da conjuntura mediática vivida. A importância de pensar criticamente sobre o que consumimos e produzimos nos media sociais tem sido alvo de constante debate pelos académicos. Sendo que os resultados de alguns destes estudos levaram à necessidade, por parte dos investigadores da área e instituições sociais, de promover iniciativas que permitam despertar os cidadãos para um espírito crítico e uma atitude mais participativa perante o contexto multimediático que nos rodeia. A Literacia Mediática, que engloba os conceitos anteriormente descritos, tem sido objeto de investigações científicas em todo o mundo, não sendo Portugal e o Brasil exceções. Neste âmbito, nos dois países, pôde-se observar o surgimento de alguns projetos de carácter formal e informal, que pretendem transferir o conhecimento científico para os contextos sociais, em diversos cenários de aprendizagem. Neste sentido, o presente trabalho teve como objetivo principal traçar um quadro comparativo entre a realidade portuguesa e a brasileira no âmbito das iniciativas promotoras de literacia mediática, realizadas em ambos os países. Para tal, foram criadas duas bases de dados que contemplam cerca de uma centena de iniciativas, ocorridas nas duas últimas décadas. Numa primeira fase, as bases de dados foram analisadas individualmente e, posteriormente, comparadas entre si. Entre outras variáveis, foram analisados: o local, o tempo de duração, o carácter formal/informal/não formal, o tema, o tipo de experiências, os atores, os meios, os públicos-alvo e a ligação com a educação e com a comunicação de cada iniciativa. Os resultados permitiram traçar um pequeno mapa das inclinações gerais das iniciativas promotoras de Educação para os Media nesses países, observar a forma como estas confluem e convergem, e estabelecer uma visão panorâmica sobre os desafios a enfrentar no futuro.