

Egle Müller Spinelli

Escola Superior de
Propaganda e Marketing –
ESPM/SP
Email: egle.spinelli@gmail.com

Isabela Afonso Portas

Escola Superior de
Propaganda e Marketing –
ESPM/SP
Email:
isabelafonso1109@gmail.com



*Este trabalho está licenciado sob
uma licença [Creative Commons
Attribution 4.0 International
License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).*

Copyright (©):

*Aos autores pertence o direito
exclusivo de utilização ou
reprodução*

ISSN: 2175-8689

A influência dos Estudos Culturais nas pesquisas de David Buckingham sobre educação midiática

**The influence of Cultural Studies in
David Buckingham's research about
media education**

SPINELLI, E.; PORTAS, I. A influência dos Estudos Culturais nas pesquisas de David Buckingham sobre educação midiática. Revista Eco-Pós, v. 23, n. 3, 2022, p. 217-239. DOI: 10.29146/eco-ps.v25i3.27803

RESUMO

A tradição dos Estudos Culturais britânicos na pesquisa em comunicação tem uma trajetória influente na área de mídia e educação. David Buckingham é um pesquisador inglês que utiliza esse campo de investigação para compreender a produção de sentido de crianças e jovens a partir do consumo midiático e os desdobramentos desta atuação no sistema social. Diante disso, este artigo pretende trazer um panorama sobre os Estudos Culturais britânicos e sua aplicação na produção acadêmica de Buckingham relacionada às pesquisas na área de educação midiática. Como inferências iniciais, observou-se a existência do predomínio de pesquisas qualitativas e empíricas sobre mídia que privilegiam a análise de audiência de grupos sociais ativos compostos por crianças e adolescentes, até então pouco explorados nas perspectivas dos Estudos Culturais, contribuindo para a compreensão das potencialidades da educação midiática na formação de cidadãos críticos e conscientes sobre as inter-relações da sociedade com os fenômenos culturais e comunicacionais.

PALAVRAS-CHAVE: *Estudos Culturais; David Buckingham; Mídia; Educação Midiática.*

ABSTRACT

The British Cultural Studies' tradition in communications research has an influential path in the field of media and education. David Buckingham is an English researcher who uses this field of investigation to understand the production of meaning by children and young people from media consumption and the consequences of it in the social system. Therefore, this article aims to provide an overview of British Cultural Studies and its application in Buckingham's academic production which is related to media education research. As initial observations, it was noticed that there is a predominance of qualitative and empirical research on media that privilege the analysis of the audience as active social groups composed of children and adolescents, until then almost not explored in the Cultural Studies. These studies contributed to the understanding of the potential of media education in the preparation of critical citizens to understand the interrelationships of society with cultural and communicational phenomena.

KEYWORDS: *Cultural Studies; David Buckingham; Media; Media Education.*

Submetido em 17 de Dezembro de 2021

Aceito em 14 de Junho de 2022

Introdução

“Se os educadores midiáticos do Reino Unido têm um ‘caminho teórico’, os Estudos Culturais são com certeza uma parte vital disso” (Calixto; Luz-Carvalho; Citelli, 2020, p. 130). Por meio dessas palavras de David Buckingham, já é possível perceber que parte de sua trajetória acadêmica foi construída com certa influência dos pensadores do *Centre for Contemporary Cultural Studies* (CCCS), da Escola de Birmingham, fundado por Richard Hoggart, em 1964. Os estudos de educação midiática envolvem também o relacionamento das crianças e jovens à mídia e estão ligados, de certa forma, aos Estudos Culturais, considerado um campo de investigação no qual diversas disciplinas se relacionam para investigar as consequências dos aspectos e distinções culturais existentes na sociedade contemporânea (Escosteguy, 2014). Essa perspectiva teórico-metodológica tem como fundamento estar comprometida com:

(...) uma determinada forma de estudar a cultura, marcada por uma abordagem contextual e conjuntural; envolvida com o reconhecimento das diferenças culturais que são atravessadas por relações de poder, bem como concentrada na tensão entre a capacidade criativa e produtiva do sujeito e o peso das determinações estruturais como dimensão substantiva na limitação de tal capacidade. (Escosteguy, 2014, p. 249).

Entre os anos 1950 e 1960, os Estudos Culturais ingleses deixam de contextualizar a cultura como um fenômeno nacional degenerado pelos meios de comunicação e pela publicidade com o advento da civilização moderna (Escosteguy, 2014), e passam a tratá-la como “um modo de vida” a partir de uma variedade de enfoques relacionados à exaltação do cotidiano. Assim, essa abordagem menos elitista e mais inclusiva “começou a desafiar as distinções entre alta cultura e cultura popular e era sintomática da democratização mais ampla da sociedade britânica no período pós-guerra” (Buckingham, 2016, p. 74). Stuart Hall (2016) chega a dizer que a cultura é aquilo que diferencia o elemento humano na vida social daquilo que é biologicamente direcionado, ressaltando a sua importância no domínio simbólico no cerne da vida em sociedade. O autor (Hall, 2016) defende que a cultura carrega sentido e valores constantemente produzidos e consumidos, que precisam ser interpretados, tanto nas relações interpessoais como na influência das mídias de massa pelos sistemas de comunicação global. É uma questão que se relaciona à construção de identidades dos sujeitos a partir das lógicas de produção e consumo (Hall, 2016). Para Gomes e Janotti Junior (2011, p. 8), “Hall reitera a importância das apropriações dos produtos midiáticos como parte fundamental das produções de sentido dos processos de comunicação”.

A comunicação como expressão de um padrão cultural ou uma identidade cultural, é vista como um elemento central da cultura e, também, como uma ferramenta simbólica para organizar as relações interpessoais. Dentro dessa complexidade cultural, bem como das relações de poder que a permeiam, a mídia ganha visibilidade no campo dos Estudos Culturais (Teruya, 2009).

Dessa forma, algumas contribuições dos Estudos Culturais no campo da comunicação passam a alcançar visibilidade a partir da década de 1960 e torna-se possível compreender como a mídia pode influenciar os processos de socialização e educação. Stuart Hall e Paddy Whannel (1964) discorrem sobre o impacto dessa relação e pontuam que:

(...) a mídia está mudando o mundo de maneira importante o suficiente para que um estudo dessas alterações se torne parte da educação formal. Mais que isso, as atitudes dos jovens estão mudando. Eles amadurecem mais cedo, de certa forma sua resposta é mais sofisticada, e eles estão mais conscientes das diferenças entre os mundos da sala de aula, do trabalho e lazer. Isso altera suas expectativas e atitudes em relação à educação. Mudanças estão envolvidas, portanto, não apenas no que ensinamos, mas em como ensinamos. (Hall; Whannel, 1964, p. 21, tradução nossa).

Por conta da tradição dos Estudos Culturais, as pesquisas teóricas e empíricas inglesas sobre as correlações das crianças e jovens com a mídia ganham expressividade, embora as pesquisas da Escola de Birmingham não tenham se dedicado a essa faixa etária (Buckingham, 2007). Também se destacam investigações sobre o papel da escola na construção de sociabilidades pelo consumo, uso e apropriações midiáticas nos processos pedagógicos e cotidianos, a partir de análise de textos de mídia e estudo de audiências.

Diante desse contexto, este artigo propõe explicitar como as produções acadêmicas de David Buckingham, no período de 2005 a 2020, apresentam pressupostos teórico-metodológicos ancorados nas premissas dos Estudos Culturais. Para tanto, este texto foi dividido em três partes: a primeira traz um panorama sobre as abordagens dos Estudos Culturais britânicos; em seguida, pontua a perspectiva de David Buckingham sobre os Estudos Culturais; e, por fim, assinala algumas aplicações desse campo de estudo nas pesquisas do autor. Dessa forma, foi realizado um levantamento de artigos científicos, em dois bancos de dados considerados referências na área de comunicação, publicados pelo autor nos últimos 15 anos: o

Taylor & Francis Online¹, com 18 artigos; e o Sage Journals², com 17 produções. Além disso, foram consultados os trabalhos publicados pelo autor em seu site institucional³.

Para delimitar o corpus analisado, este artigo elencou apenas pesquisas qualitativas e empíricas baseadas nos estudos culturais que privilegiam a análise da audiência, cujo objeto teórico central é a produção de sentido dos sujeitos a partir do consumo midiático e os desdobramentos desta prática no sistema social, experimentos que se tornaram referência no contexto da pesquisa em Comunicação (Morley, 1996; Sifuentes, 2014). No total, observou-se cinco pesquisas como base de coleta de dados para observar a aplicação dos Estudos Culturais na produção científica do autor, conforme tabela 1 abaixo.

Tabela 1 – Artigos selecionados

Título do Artigo	Ano de Publicação	Local de Publicação	Autores	Tipo de publicação
<i>Cultural Studies go to school</i>	2005	Taylor & Francis	David Buckingham Julian Sefton-Green	Livro
<i>Scrapbook's as a resource in media research with young people</i>	2008	Doing Visual Research with Children and Young People	David Buckingham Sara Bragg	Livro
<i>The civic sell</i>	2009	Information, Communication & Society	Banaji Shakuntala David Buckingham	Revista
<i>'Creative' visual methods in media research – possibilities, problems and proposals</i>	2009	Media, Culture & Society	David Buckingham	Revista
<i>As crianças e a mídia: uma abordagem sob a</i>	2012	Matrizes	David Buckingham	Revista

¹ Parte do grupo proprietário da editora Routledge, considerado um dos repositórios acadêmicos mais reconhecidos internacionalmente, que apesar de ser pago, traz artigos de autores renomados e estudos recentes de diversas áreas de conhecimento.

² Repositório online de produção científica, composto por várias áreas e temas de conhecimento, mantido pela editora norte-americana SAGE Publishing.

³ Disponível em: <<https://davidbuckingham.net/>>.

Título do Artigo	Ano de Publicação	Local de Publicação	Autores	Tipo de publicação
<i>ótica dos Estudos Culturais</i>				

Fonte: elaboração própria.

1. Estudos Culturais britânicos: um breve histórico dos ideais da Escola de Birmingham

Os Estudos Culturais britânicos se constituíram na tensão entre demandas teóricas e políticas, além de terem se destacado pelo fato de seus representantes “elegerem como objeto temas negligenciados pelas práticas acadêmicas de sua época, da cultura de massa à cultura popular” (Martino, 2009, p. 241). Sua fundação esteve entrelaçada com a trajetória da *New Left*⁴, de alguns movimentos sociais e de publicações que surgiram em torno de respostas políticas à esquerda (Escosteguy, 2013).

(...) os Estudos Culturais devem ser vistos tanto sob ponto de vista político, na tentativa de constituição de um projeto político, quanto sob ponto de vista teórico, isto é, com a intenção de construir um novo campo de estudos. Sob o ponto de vista político, os Estudos Culturais podem ser vistos como sinônimo de ‘correção política’, podendo ser identificados como a política cultural dos vários movimentos sociais da época de seu surgimento. Sob a perspectiva teórica, refletem a insatisfação com os limites de algumas disciplinas, propondo, então, a interdisciplinaridade. (Escosteguy, 2000, p. 3).

Para Hall, Hobson, Lowe e Willis (1980), os Estudos Culturais “não configuram uma ‘disciplina’, mas uma área onde diferentes disciplinas interagem, visando o estudo de aspectos culturais da sociedade” (Hall *et al.*, 1980, p. 7). É um campo de estudos onde diversas disciplinas se encontram com um único objetivo: estudar aspectos culturais da sociedade contemporânea. As bases dos Estudos Culturais foram estabelecidas no final dos anos 1950 a partir de três textos: *The uses of literacy* (1957), de Richard Hoggart; *Culture and society* (1958), de Raymond Williams; e *The making of the english working-class* (1963), de E. P. Thompson.

⁴ A *New Left*, Nova Esquerda em português, representou, aos adeptos da esquerda, o final dos silêncios impostos e dos impasses políticos da Guerra Fria, bem como as possibilidades de um avanço em direção a um novo projeto socialista (Hall, 2010).

Escosteguy (2013), em seus estudos sobre esses autores, traz algumas reflexões. O texto de Hoggart, segundo a autora, inaugura o argumento de que não existe apenas submissão no âmbito popular, mas também resistência, o que, mais tarde, foi recuperado pelos estudos de audiência dos meios massivos. Já Williams mostra que a cultura é uma categoria-chave que conecta tanto a análise literária quanto a investigação social. No que concerne a Thompson, pode-se dizer que seu estudo influencia o desenvolvimento da história social britânica, dentro da tradição marxista. Williams e Thompson tinham uma visão similar sobre a cultura em alguns pontos, pois ambos a viam como uma rede de práticas e relações que constituíam a vida cotidiana, onde o papel do indivíduo estava em primeiro plano. No entanto, sob uma perspectiva diferente, Thompson resistia ao entendimento de cultura enquanto uma forma de vida global, vendo-a como uma luta entre modos de vida diferentes (Escosteguy, 2013).

Outro nome também reconhecido por suas contribuições no campo é o de Stuart Hall, que ampliou as abordagens dos Estudos Culturais, incentivando o desenvolvimento de estudos etnográficos, as análises dos meios massivos e a investigação de práticas de resistência dentro de subculturas (Escosteguy, 2013). Inclusive, é com a publicação de seu texto *Encoding and decoding in television discourse* (1973), e a obra *As Artes Populares* (1964), escrita com Paddy Whannel, que se acentuam reflexões sobre audiência e consumo midiático, mobilizando pressupostos para a constituição de um conjunto de propostas para a educação midiática (Buckingham, 2016), devido especialmente a dois fatores:

O primeiro é resultado direto da Revolução Industrial com a aplicação das técnicas de transmissão múltipla e ampla divulgação da palavra impressa e da reprodução do som e da imagem. Esta transformação técnica foi acompanhada pelo fortalecimento da democracia e da disseminação da educação para os meios. Ainda que o processo tenha sido longo e contínuo: começou com a invenção da impressão. O segundo é um desenvolvimento mais recente e pode ser identificado, não tanto com a Revolução Industrial como um todo, mas sim com uma fase particular dessa revolução – a fase de alto consumo e aumento do lazer, que se tornou uma característica de algumas sociedades no meio deste século. Durante esta fase, uma mudança generalizada de atitudes e estilo se revela entre a geração mais jovem – algo que reflete em parte sua melhor situação econômica e na concepção dos valores sociais na sociedade como um todo. (Hall; Whannel, 1964, p. 20, tradução nossa).

É nesse sentido que a mídia, em sua abrangência massiva, como televisão, rádio e meio impresso, se torna um objeto de estudo nos Estudos Culturais (Buckingham, 2012). Os recursos

midiáticos possibilitam as novas formas de compreender o universo cultural, “mas também sufocam a nossa inteligência com o excesso de informações que contribuem para fragilizar a nossa capacidade de conceituar, de pensar e de estabelecer relações dialéticas para a compreensão da realidade social” (Teruya, 2009, p. 156). Diante disso, a pesquisa em comunicação nos Estudos Culturais evidencia as abordagens sobre os meios e se dá, na verdade, no espaço de um circuito composto pela produção, circulação e consumo da cultura midiática (Jacks; Escosteguy, 2005).

(...) existe uma forte tradição de pesquisa empírica sobre a mídia dentro da tradição dos Estudos Culturais que incorpora a análise de textos de mídia ao estudo de público. Esse tipo de trabalho normalmente é qualitativo e no caso da pesquisa de público, existe uma forte ênfase na análise das formas em que diferentes grupos sociais falam sobre o que assistem e leem (os primeiros exemplos fundamentais de tais trabalhos incluíam Ang, 1985; Hobson, 1982; Morley, 1980) (Buckingham, 2012, p. 95).

A perspectiva dos estudos culturais salienta a necessidade de se educar para uma percepção crítica da mídia, problematizar as narrativas que dão sentidos à cultura do consumo para atender os interesses da produção capitalista (Teruya, 2009). Nesse sentido é que surgem várias possibilidades de investigação sobre a relação mídia e educação.

No delineamento ou a 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, 153).

É dentro desse seguimento que David Buckingham se propôs a estudar como as crianças e os jovens se relacionam com a mídia e, bem como as possibilidades e os fundamentos da educação midiática.

2. Os Estudos Culturais sob a ótica de David Buckingham

David Buckingham é um acadêmico inglês reconhecido internacionalmente por seus estudos sobre educação midiática a partir de investigações sobre as relações de crianças e jovens com a mídia. Atualmente, é professor emérito da Loughborough University, professor visitante

no King's College London e fundador do Centro para o Estudo de Crianças, Jovens e Mídia da London University. O pesquisador tem uma vasta e significativa produção científica, com 30 livros e mais de 220 artigos e capítulos de livros⁵.

A perspectiva dos Estudos Culturais está presente nas pesquisas empíricas do autor, muito voltadas à linha dos estudos de audiência. No período de coleta de dados para esse artigo, de 2005 a 2020, nota-se o uso desse campo para fundamentar a metodologia e, em um volume menor, contextualizar o referencial teórico, como acontece no livro *Cultural Studies go to School* (Buckingham, 2005) ou no artigo *As crianças e a mídia: uma abordagem sob a ótica dos Estudos Culturais* (Buckingham, 2012).

Buckingham (2012) entende que os Estudos Culturais têm como principal preocupação as dimensões políticas da prática cultural, levando em consideração, especialmente, as formas em que as relações de poder são reproduzidas, combatidas e negociadas por meio de atos de produção e recepção cultural. Com relação à mídia, o autor aponta que apenas alguns dos trabalhos etnográficos realizados neste campo examinaram de maneira mais profunda as práticas sociais e culturais das quais o uso e a interpretação da mídia constituem somente uma parte. Apesar disso, no que tange às pesquisas qualitativas, os estudos midiáticos ganham força nas análises de conteúdo e mesmo nos estudos de audiência (Buckingham, 2012).

Buckingham (2012) discorre, em linhas gerais, que os Estudos Culturais são:

(...) definidos pelo seu interesse nas relações entre práticas culturais singulares e processos mais amplos de poder social. Analisam 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. 94-95).

Apesar de reconhecer a relevância e o *status* ocupado pelos Estudos Culturais, o autor também pontua que o campo se tornou disperso e heterogêneo desde o fim dos anos 90.

Os pesquisadores parecem ter passado por um doloroso processo de busca da essência de seus estudos. Algumas questões fundamentais foram feitas sobre as relações de poder entre pesquisadores e seus 'sujeitos', e sobre a política de propósitos da pesquisa empírica. (Buckingham; Sefton-Green, 2005, p. 10, tradução nossa).

⁵ Informação retirada de sua página na internet, precisamente a aba *About*. Disponível em: <<https://davidbuckingham.net/about/>>.

Para Buckingham (2012), a institucionalização dos Estudos Culturais não trouxe necessariamente uma maior coerência para os objetivos e métodos fundantes dessa perspectiva de investigação. Houve uma tendência de os Estudos Culturais serem vistos como sinônimo de Teoria Cultural, dispersando a ênfase empírica associada à tradição de Birmingham. Apesar disso, o autor (Buckingham, 2012) ressalta que ainda é relativamente simples identificar nas suas pesquisas rastros baseados nos Estudos Culturais, pois a representatividade de determinados grupos sociais é algo socialmente construído e formatado. Para ele, a ênfase central do objeto de estudo:

(...) não é nos efeitos da mídia sobre o comportamento ou as atitudes, mas nas maneiras como os significados são estabelecidos, negociados e difundidos. A mídia não é vista simplesmente como veículo para transmissão de mensagens para um público passivo e tampouco a ênfase é colocada apenas no encontro isolado entre mente e tela. (Buckingham, 2012, p. 97).

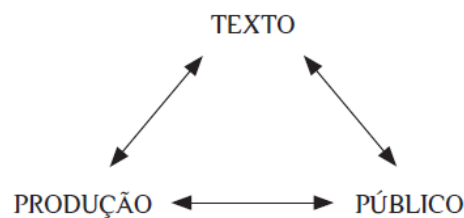
Dessa forma, Buckingham desenvolveu um modelo de pesquisa sobre a mídia baseada nos Estudos Culturais, tomando como base um artigo seminal de Richard Johnson (1996), diretor do *Birmingham Centre* (Johnson, 1985-1996), que faz uma importante argumentação sobre a natureza multidimensional da análise cultural, uma vez que a cultura é um processo social em que se permite identificar uma série de momentos que, se isolados, podem ser investigados. A partir disso, com base nas ideias de Johnson, Buckingham (2012) entende que:

O momento da produção é aquele em que os objetos culturais ou textos são trazidos à existência; esses textos assumem formas específicas, que podem ser analisadas em si mesmas; os significados desses textos são, então, efetivados no momento da leitura e as leituras alimentam, subsequentemente, o que Johnson chama de culturas vividas que, então, por sua vez, incidem novamente sobre o processo de produção. (Buckingham, 2012, p. 98-99).

A partir disso, Buckingham fez um modelo simplificado do diagrama de Johnson, em que cada elemento das flechas se conecta reciprocamente com o outro, ao contrário do original onde o circuito segue uma sucessão. Isso significa que as relações entre público, texto e produtores são mutuamente determinantes e nenhum dos momentos do processo deve ser necessariamente privilegiado. Para Buckingham, “o significado não flui em uma única direção, do emissor ao receptor, e o poder de determinar o significado não se encontra em nenhum destes pontos, mas nas relações entre eles” (Buckingham, 2012, p. 99).

Neste modelo, “as flechas bidirecionais implicam em que as relações entre público, textos e produtores são mutuamente determinantes” (Buckingham, 2012, p. 99). Conforme a Figura 1, entende-se que a leitura realizada pelo público contém tanto significados particulares de suas experiências vividas como também aqueles inerentes ao texto. Por sua vez, a produção do texto é realizada com determinada finalidade para um público idealizado, mas esse nem sempre corresponde àquilo que os produtores pretendem, o que pode impactar na produção (Buckingham, 2012).

Figura 1 – Estudos Culturais: um modelo teórico “simples”



Fonte: BUCKINGHAM, 2012, p. 98.

Trazendo essa visão para um lugar mais empírico, Buckingham (2005) retrata que a pesquisa com as audiências tem enfatizado cada vez mais as diversas maneiras como os textos da mídia são lidos e usados por diferentes públicos em contextos sociais distintos. No que se refere às pesquisas sobre cultura juvenil – uma área de estudo do autor – verifica-se a predominância de estudos focados nas formas como os jovens se apropriam das ações populares de expressão cultural, bem como das atividades que os envolvem, para construir suas próprias identidades sociais.

Nessa perspectiva, as mídias são vistas não como forças onipotentes de socialização, mas como recursos simbólicos que os jovens usam para dar sentido às suas experiências, se relacionar com os outros e organizar seu cotidiano. Elas oferecem oportunidades de experimentação com identidades sociais alternativas, mesmo que apenas no nível da fantasia ou aspiração – embora, é claro, as identidades e perspectivas que eles disponibilizam estejam longe de ser neutras. (Buckingham; Sefton-Green, 2005, p. 9).

Dessa forma, o jovem é influenciado pela mídia, mas também constrói novos significados por meio das interpretações que dela emergem. Isso também ocorre quando observamos o cenário atual das mídias digitais, em que os indivíduos podem adicionar, retirar, cocriar e modificar conteúdos nas diferentes plataformas (Levy, 2010), ampliando a influência do público sobre os produtores de conteúdo, mesmo que, por outro lado, esses também busquem alcançar sua audiência com as suas produções.

A partir dessa explanação, busca-se compreender como esses fundamentos levantados, quanto aos Estudos Culturais, foram aplicados nas pesquisas de David Buckingham nos últimos 15 anos.

3. A aplicação dos Estudos Culturais na produção acadêmica de David Buckingham

A pesquisa de David Buckingham, como citada anteriormente, é voltada à temática do consumo midiático por crianças e jovens, levando em consideração suas competências referentes aos meios de comunicação. Atrelada a essa mesma vertente, uma área contemplada em seus estudos, pela preocupação e necessidade de formação de cidadãos mais críticos e conscientes no consumo de mídia, é a educação midiática.

Com base no *corpus* delimitado para este artigo, Buckingham (2005, 2008, 2009, 2012, 2013) propõe abordagens qualitativas, utilizando grupos focais e entrevistas para chegar o mais próximo possível dos sujeitos estudados. Segundo o autor "o método deve seguir o objeto" (Buckingham, 2009, p. 634) e, para tanto, propõe o uso de explorações criativas (Gauntlett, 2007), o que denomina como métodos visuais criativos.

Tradicionalmente, apenas os pesquisadores operavam as câmeras; ainda assim, nos últimos anos, tem havido uma ênfase crescente sobre o potencial da produção colaborativa, na qual os participantes da pesquisa se envolvem (em maior ou menor grau) na criação de representações de suas próprias experiências. Esta abordagem é, por sua vez, representativa de um movimento mais amplo em direção a métodos de pesquisa "participativos", que têm sido particularmente mais usados em áreas como saúde, política social e estudos sobre a infância e juventude. (Buckingham, 2009, p. 634, tradução nossa).

Argumenta-se que pedir às pessoas para 'criar' mídia - compor suas próprias histórias de notícias, anúncios ou programações de televisão, tirar fotos, fazer (ou editar) vídeos e construir

modelos visuais tridimensionais – pode atingir resultados que outros métodos não conseguiram alcançar. Além disso, considerando-se o conceito de linguagem para Stuart Hall (2016) e seu sistema representacional, o uso de signos e símbolos, sejam eles visuais, sonoros ou escritos, são maneiras de representar ideias e sentimentos.

Acredita-se que tais métodos superem as tendências racionalistas ou logocêntricas de abordagens verbais, permitindo que os sujeitos da pesquisa expressem seus pontos de vista mais diretamente, e com menor interferência ou contaminação do pesquisador. Como tal, eles são, frequentemente, ‘empoderadores’ para os participantes. (Buckingham, 2009, p. 633, tradução nossa).

Um exemplo da aplicação deste método foi um estudo realizado por Buckingham em conjunto com a pesquisadora Sara Bragg (2008), em que os sujeitos de pesquisa, crianças e jovens, entre 9 e 17 anos, foram incentivados a criar um *scrapbook*, referente à um diário de mídia composto de colagens de imagens pessoais e pesquisadas na mídia, com anotações e comentários sobre suas opiniões quanto à presença de conteúdo sexual nos meios de comunicação. O objetivo da pesquisa era explorar as perspectivas e experiências dos jovens quanto a assuntos privados como o amor, o sexo e os relacionamentos tratados na mídia, com o intuito de se chegar a uma visão mais próxima da realidade da amostra pesquisada. Os críticos a essas questões, muitas vezes, assumem que os jovens são vítimas passivas da mídia, retratando-a como algo que corrompe sua inocência ao introduzir temáticas sexuais ou também por distorcer questões sobre sexualidade em propagandas.

Os *scrapbooks*, portanto, possibilitaram uma forma mais privada e individual de comunicação do que as entrevistas, uma forma que seria menos estruturada por seu conhecimento (ou suposição) de nós como pesquisadores, podendo ser realizadas em seu próprio tempo e permitindo que os jovens falassem conosco da maneira como escolhessem, sobre o que eles consideram importante, relativamente livre da pressão dos colegas, como uma tarefa de grupo poderia envolver. Esperávamos que a técnica também pudesse permitir algum acesso às respostas, isso pode ser difícil de articular totalmente, especialmente quando eles lidam com emoções e o ‘não-racional’, ou onde os participantes não tinham um vocabulário totalmente desenvolvido para discutir certas questões. (Bragg; Buckingham, 2008, p. 3, tradução nossa).

Esse método de pesquisa se assemelha ao que se chama de diários de mídias, uma prática usada em programas de educação midiática no Reino Unido, que, segundo Bragg e Buckingham (2008), já era conhecida por alguns alunos mais velhos.

Ao usar este tipo de procedimento metodológico, os autores entraram em um campo pouco explorado pelos estudos de mídias nas investigações sociológicas e antropológicas, uma experiência influenciada pelas perspectivas dos Estudos Culturais com resultados expressivos para os estudos de audiência (Bragg; Buckingham, 2008).

Em outra pesquisa, desenvolvida por Buckingham e a pesquisadora Banaji Shakuntala (2009), analisa-se o papel da Internet como um meio de promover o engajamento cívico nos jovens. Os autores examinaram as construções retóricas da identidade juvenil e a ética no consumo em uma variedade de sites cívicos, explorando as aproximações e rejeições implícitas na linguagem, layout e imagens. Afinal, para que consumam essas mensagens é preciso que esses blogs forneçam uma narrativa na qual os jovens possam se identificar, uma vez que a produção das identidades é posicionada nos sistemas de representação. Para tanto, os pesquisadores se apropriam de um método de estudo de caso, envolvendo uma abordagem qualitativa textual, para analisar páginas da web retiradas de sites do Reino Unido e dos EUA que anunciavam ou promoviam o consumo ético pelos jovens. O objetivo foi avaliar os aspectos reais ou potencialmente cívicos desses sites para questionar a ética no consumo.

Esse estudo ganhou uma abrangência maior e resultou no livro *The Civic Web* (Buckingham; Shakuntala, 2013), a partir da adição de grupos focais com jovens e análises mais amplas de uma variedade de sites cívicos e das organizações que os produzem em vários países europeus. Por meio dessa abordagem multidimensional:

(...) mais pesquisas poderiam ser úteis para uma gama mais ampla de públicos e textos, a fim de lançar luz sobre as formas de quais noções de consumo ético estão ou não se incorporando nos imaginários populares da mídia ficcional e nas práticas de consumo; e até que ponto eles genuinamente contribuem para uma ampla base social ou política de igualdade (por exemplo, nas relações comerciais) e agendas de direitos humanos, como aquelas que são desenvolvidos off-line. (Buckingham; Shakuntala, 2009, p. 1220, tradução nossa).

No caso dessa pesquisa, nota-se, de certa maneira, uma perspectiva sobre a construção da identidade e o poder da representação (Woodward, 2000) da mídia que atua sobre o consumo ético de forma a engajar os jovens consumidores. Afinal, para que consumam essa retórica, é preciso que as narrativas produzam identidades posicionadas nos sistemas de representação

deles, em que se “inclui as práticas de significação e os sistemas simbólicos por meio dos quais os significados são produzidos, posicionando-nos como sujeito” (Woodward, 2000, p. 5).

A mídia nos diz como devemos ocupar uma posição-de-sujeito particular – o adolescente “esperto”, o trabalhador em ascensão ou a mãe sensível. Os anúncios só serão eficazes no seu objetivo de vender coisas se tiverem apelo para os consumidores e se fornecerem imagens com as quais eles possam se identificar.

Com relação à educação midiática, Buckingham desenvolveu, juntamente com um grupo atuante no campo da educação, a pesquisa que foi intitulada *Developing Media Literacy* (2014)⁶, que acabou se tornando um pacote de informações e direcionamentos sobre o tema para professores atuarem em sala de aula. Dentre os documentos disponíveis, há um especificamente que chama atenção quanto à mensuração da aplicação dessas orientações. O método proposto é dividido em quatro etapas. São elas:

1. Conceitos. A educação para a mídia tem sido tradicionalmente definida em termos de um conjunto de quatro "conceitos-chave": linguagem da mídia, representação, instituições e públicos. Esta etapa fornece um esboço geral desses conceitos e o que eles envolvem.
2. Práticas. Refere-se aos processos que estão envolvidos na leitura da mídia. São identificados os sentidos dos conteúdos midiáticos apresentados a partir de análise e proposição de criação midiática. Também é considerado aqui o que as crianças/jovens precisam saber sobre os contextos em que os textos são criados.
3. Processos. Esta etapa envolve práticas de aprendizagem que os pesquisadores acreditam serem particularmente significativas na educação midiática, como colaboração, questionamento, descentramento, pesquisa independente e reflexão crítica.
4. Progressão. Busca-se mapear algumas das maneiras pelas quais as crianças/jovens podem desenvolver sua compreensão e habilidades em educação midiática em diferentes estágios da jornada de aprendizagem.

A partir destas quatro etapas, Buckingham (2015) estruturou mapas de progressão de aprendizagem para educação midiática, que foram aplicados em oito escolas ao longo do

⁶ *Developing Media Literacy* (Desenvolvendo Literacias Midiáticas). Disponível em: <https://www.englishandmedia.co.uk/assets/uploads/preview_files/DML_.pdf>.

desenvolvimento da pesquisa. A tabela 2 ilustra este estudo⁷. Ela também é composta pelo mapeamento e mensuração do item sobre os conceitos de linguagem da mídia referente a aplicação das práticas e processos de análise midiática.

O mapeamento proposto mostra análises de imagens, textos e vídeos, bem como a produções de conteúdos e *storyboards*, o que permite associar o conhecimento adquirido pelos alunos com à aplicação prática de elementos, códigos e convenções referentes à construção de narrativas audiovisuais, possibilitando a compreensão da articulação midiática para questões diversas do cotidiano.

Tabela 2 – Conceitos de linguagem da mídia

CONCEITO: Linguagens <i>Construção de sentidos; Elementos da linguagem; Combinações dos elementos; Códigos e convenções</i>	Inicial	Em desenvolvimento	Avançado	Experiente
Práticas				
Análise da mídia <ul style="list-style-type: none"> • Construção de significado • Seleção • Combinação 	1. Ao considerar imagens fotográficas para um projeto sobre celebridades, crianças selecionam uma fotografia de David Cameron segurando um cachorrinho. Ao ver a imagem elas dizem que ele	1. Olhando para as notícias transmitidas, as crianças compararam as gravações do Daybreak, MTV News, BBC1 e Sky News sobre o ataque ao príncipe Charles e o carro de Camilla durante um	1. Assistindo ao curta-metragem ‘Dangle’, as crianças demonstraram sua familiaridade com os códigos e convenções de estruturas narrativas cheias de suspense. Eles rapidamente	1. Respondendo a um anúncio da Coca, uma criança diz que, “é mostrado metaforicamente e como é (Coca) feita”. Isso mostra uma compreensão das funções simbólicas da representação, bem como confiança com a terminologia apropriada.

⁷ O material completo do estudo está disponível em: <<https://ddbuckingham.files.wordpress.com/2015/04/media-literacy-assessment.pdf>>.

CONCEITO: Linguagens <i>Construção de sentidos;</i> <i>Elementos da linguagem;</i> <i>Combinações dos elementos;</i> <i>Códigos e convenções</i>	Inicial	Em desenvolvimento	Avançado	Experiente
Práticas				
	<p>está feliz por elas porque “mostra que ele se importa - e se importa com a gente” (mais do que outros líderes).</p> <p>2. Ouvir o som do anúncio envolveu o aluno em uma dimensão afetiva. Ele relata que se sentiu tocado.</p>	<p>protesto em Londres, e falaram sobre o ângulo que eles retratariam a história se fossem os repórteres.</p> <p>2. Uma criança usa um trocadilho para seu título: “Caminho da neve!”. As crianças aprenderam recentemente a usarem exclamação e Jamie (aluno) colocou seu conhecimento recém-adquirido para trabalhar em um contexto diferente.</p>	<p>reconhecem que a corda misteriosa mostrada no filme representa um enigma que precisa ser resolvido e embarcam em um jogo para tentar resolvê-lo antes que o texto revele a resposta.</p> <p>2. Em uma análise de um anúncio da Coca, todas as crianças identificam a máquina de venda automática, a moeda, a garrafa e a festa como postos-chave que representam aspectos do produto.</p>	<p>2. A classe faz uma rodada de questionamentos para o professor que desempenha o papel de diretor do filme que eles acabaram de ver. Eles fazem perguntas críticas, e questionam o jeito que ele estruturou a narrativa: “Por que você não começou com o ponto de vista de outro personagem?”</p>
	<p>1. Em um dos quadros de um</p>	<p>1. Em um plano</p>	<p>1. Ao planejar curtas-</p>	<p>1. O grupo está confiante sobre</p>

CONCEITO: Linguagens <i>Construção de sentidos; Elementos da linguagem; Combinações dos elementos; Códigos e convenções</i>	Inicial	Em desenvolvimento	Avançado	Experiente
Práticas				
<p>Produzindo mídia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Criação de mídia • Seleção • Combinação 	<p>anúncio da Coca, algumas crianças destacaram o uso de planos mais próximos (close-ups) para chamar a atenção sobre o significado de um objeto, como a garrafa de coca. Elas selecionaram tanto a imagem como o plano referente.</p> <p>2. As crianças usam papel machê para construir um castelo mal-assombrado. Os storyboards demonstram o que eles aprenderam em termos de compreensão da linguagem audiovisual. Eles selecionam planos</p>	<p>desenhado pelas crianças sobre o "filme de terror", um personagem foi criado com forma pequena com o intuito de demonstrar vulnerabilidade. O professor deles pergunta "como isso pode ser filmado?". Elas dizem que o personagem será filmado de um ângulo alto para representar vulnerabilidade.</p> <p>2. As crianças praticam o uso de diferentes tipos de transições usando o programa Microsoft Moviemaker. Elas aprendem que determinados</p>	<p>metragens, cada grupo responde a perguntas da aula sobre os motivos de tomarem determinadas decisões em seu filme. Eles falam sobre a encenação (mise-en-scène), bem como dos ângulos de câmera e distância de filmagem.</p> <p>2. O grupo explica como eles construíram a cena para dar ao público informações desconhecidas pelos personagens. As crianças ficam satisfeitas com a maneira</p>	<p>a ideia do cineasta reter informações significativas tanto do público como dos personagens. Eles planejam seu filme para incluir elementos ambíguos nessas duas ideias.</p> <p>2. Um grupo decide brincar com a sequência de cenas em seu filme. Eles o reeditam e colocam o final do filme no começo, criando um quebra-cabeças para o espectador. Eles aprendem que o tempo narrativo é diferente do tempo cronológico da história.</p>

CONCEITO: Linguagens <i>Construção de sentidos; Elementos da linguagem; Combinações dos elementos; Códigos e convenções</i>	Inicial	Em desenvolvimento	Avançado	Experiente
Práticas				
	fechados, médios e abertos para comunicar uma gama de emoções.	cortes podem criar uma impressão de velocidade, enquanto o efeito de dissolver pode retardar o filme.	como usaram a ironia dramática na gravação.	

Fonte: reprodução de Buckingham, 2015, online, tradução nossa.

Essa visão de Buckingham é trazida em uma entrevista para a Revista Comunicação & Educação (2020), em que pontuou: “educação não é muito sobre desenvolver uma teoria abstrata e aplicá-la: é mais sobre a práxis, sobre uma relação dinâmica entre teoria e prática”. Nesse ponto, o percurso teórico-metodológico de Buckingham muito se relaciona à perspectiva dos Estudos Culturais, quando investiga audiências específicas (crianças e jovens) das mídias como participantes ativos e competentes para produzir sentidos relacionados às complexidades culturais e identitárias vigentes na sociedade.

Considerações finais

Os estudos culturais absorveram uma série de objetos de investigação voltados a temas vinculados às culturas populares e aos meios de comunicação de massa, bem como, posteriormente, à questão da identidade e da representação, tendo em vista que não há como fugir da análise da cultura nas relações de poder e processos sociais (Escosteguy, 2000). Além disso, pesquisas qualitativas e empírica sobre a mídia também estão incorporadas dentro da

tradição do campo, que chega a incluir desde a análise de textos de mídia ao estudo de audiência (Buckingham, 2012).

As pesquisas de Buckingham (2005, 2008, 2009, 2012), investigadas neste artigo, apresentam abordagens teórico-metodológicas relacionadas aos Estudos Culturais, pois não levam em consideração apenas o uso diário dos meios de comunicação pelas pessoas, mas também o entendimento de forças econômicas, sociais e políticas mais amplas que os moldam. Para o autor, não é somente a mídia que se apropria dos significados que impõem aos leitores, mas, dentro deste processo comunicacional, emanam os significados que leitores extraem da maneira como enxergam suas produções, como audiência. Dessa forma, a compreensão dos significados do uso, consumo e efeitos midiáticos, envolvem processos de mudança histórica e social (Buckingham, 2012).

Nessa perspectiva, nota-se que Buckingham (2008, 2009, 2015) se utiliza de fundamentos dos Estudos Culturais em seus métodos empíricos de pesquisa, quando busca compreender como crianças e jovens consomem a mídia, como enxergam as abordagens propostas e compreendem os elementos culturais, políticos e sociais em diferentes meios de comunicação. Os estudos sobre educação midiática seguem pelo caminho de provocar não somente preocupações relacionadas ao consumo consciente de mídia, como também um olhar crítico sobre a sociedade e suas inter-relações com os fenômenos culturais.

Outro ponto a se ressaltar é a compreensão das formações identitárias pela sistema de representação midiática, por meio da aplicação de explorações criativas (Gauntlett, 2007), ressaltadas pelos processos participativos e colaborativos (Buckingham, 2009) de aproximação do pesquisador com o público infantil e jovem, resultando em respostas mais próximas à realidade deles, já que “fornecem representações mais precisas ou autênticas de suas crenças e atitudes individuais” (Buckingham, 2009, p. 648).

Sendo assim, ao optar por um percurso metodológico multidimensional, Buckingham busca entender como crianças e jovens usam e interpretam a mídia como processos inerentemente sociais e culturais, uma vez que não são seres passivos e trazem suas referências pelo consumo midiático. O pesquisador contribui com as pesquisas em educação midiática ao buscar compreender como os significados que circulam na mídia são estabelecidos, negociados e difundidos entre esses públicos que, muitas vezes, foram negligenciados como sujeitos de

pesquisa. Essa é uma das maiores contribuições para o campo dos Estudos Culturais, assim como a característica mais forte do campo em suas pesquisas, o que mostra que Buckingham carrega em seus estudos essa marca da tradição pela qual atravessou ao longo de sua trajetória acadêmica.

Referências bibliográficas

- BRAGG, Sara; BUCKINGHAM, David. 'Scrapbooks' as a resource in media research with young people. In: THOMSON, Pat (ed.). *Doing Visual Research with Children and Young People*. UK: Routledge, 2008, p. 114–131.
- BUCKINGHAM, David. *Beyond Technology: Children's Learning in the Age of Digital Culture*. Cambridge: Polity, 2007.
- BUCKINGHAM, David. 'Creative' visual methods in media research - possibilities, problems and proposals. *Media, Culture & Society*, v. 31, n. 4, p. 633–652, 2009.
- BUCKINGHAM, David. As crianças e a mídia: uma abordagem sob a ótica dos Estudos Culturais. *Matrizes*, v. 5, n. 2, p. 93-121, 2012.
- BUCKINGHAM, David. Mapping and Measuring Media Literacy. *David Buckingham Website*, 15 mai. 2015.
- BUCKINGHAM, David. A evolução da educação midiática no Reino Unido: algumas lições da história. *Comunicação & Educação*, v. 21, n. 1, p. 73-83, 2016.
- BUCKINGHAM, David; SEFTON-GREEN, Julian. *Cultural Studies Go to School*. Abingdon: Taylor & Francis, 2005.
- CALIXTO, Douglas et. al. David Buckingham: a Educação Midiática não deve apenas lidar com o mundo digital, mas sim exigir algo diferente. *Comunicação & Educação*, v. 25, n. 2, p. 127-137, 2020.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. Estudos culturais: uma introdução. In: SILVA, Tomaz T. (Org.). *O que é, afinal, estudos culturais?*, 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2000, p. 135-166.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. Os Estudos Culturais. In: HOLFELDT, Antônio et. al. *Teorias da Comunicação: conceitos escolas e tendências*. Petrópolis: Vozes, 2013. p. 151-170.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. Estudos culturais ingleses. In: CITELLI, Adilson et al. (Orgs.). *Dicionário da comunicação: escolas, teorias e autores* São Paulo: Contexto, 2014. p. 151-170.
- GAUNTLETT, D. *Creative Explorations: New Approaches to Identities and Audiences*. London: Routledge, 2007.
- GOMES, Itania Maria Mota; JANOTTI JUNIOR, Jeder. *Comunicação e estudos culturais*. Salvador : EDUFBA, 2011. 197 p.

- HALL, Stuart. *Cultura e Representação*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio/ Ed. Apicuri, 2016.
- HALL, Stuart. Life and times of the first New Left. *New Left Review*, v. 61, 2010.
- HALL, Stuart et al.. *Culture, Media, Language*. London/New York: Routledge/CCCS, 1980.
- HALL, Stuart; WHANNEL, Paddy. *The Popular Arts*. Durham: Duke University Press, 1964.
- JACKS, Nilda Aparecida; ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. *Comunicação e Recepção*. São Paulo: Hackers Editores, 2005.
- JOHNSON, Richard. *What is Cultural Studies anyway?* Social Text 16: 1985, pp. 38-80; Republicado em STOREY, John (ed.). *What is Cultural Studies? A Reader*. London: Edward Arnold, 1996. pp. 75-114.
- LEVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Ed. 34, 2010.
- MARTINO, Luís Mauro Sá. *Teoria da Comunicação: ideias, conceitos e métodos*. Petrópolis: Vozes, 2009.
- MORLEY, David. *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu, 1996.
- SHAKUNTALA, Banaji; BUCKINGHAM, David. The Civic Sell. *Information, Communication & Society*, v. 12, n. 8, p. 1197-1223, 2009.
- SHAKUNTALA, Banaji; BUCKINGHAM, David. *The Civic Web: Young People, the Internet, and Civic Participation*. Cambridge, Massachusetts; London, England: The MIT Press, 2013.
- SIFUENTES, Lirian. *Incursões pelos estudos de recepção: retomadas históricas e perspectivas futuras*. Animus, v. 13, n. 25, 2014.
- TERUYA, Teresa Kazuko. Sobre mídia, educação e Estudos Culturais. In. MACIEL, Lizete Shizue Bomura; MORI, Nerli Nonato Ribeiro (Org.) *Pesquisa em Educação: Múltiplos Olhares*. Maringá: Eduem, 2009. p. 151-165.
- WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Thadeu da (org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

Egle Müller Spinelli - Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM/SP

Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (ECA/USP), mestre em Multimeios pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) e graduada em Comunicação Social (Jornalismo) pela Universidade Estadual de Londrina (UEL). Docente da Escola Superior de Propaganda em Marketing (ESPM) do curso de graduação em jornalismo e do mestrado profissional em produção jornalística e mercado (MPPJM).

Email: egle.spinelli@gmail.com

Isabela Afonso Portas - Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM/SP

Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo (PPGCOM ESPM), bolsista CAPES - PROSUP. Integrante da Cátedra Maria Aparecida Baccega e do Grupo de Pesquisa Comunicação, Literacias Digitais e Consumo (DIGICOM).

Email: isabelafonso1109@gmail.com