

Julian McDougall

Universidade de
Bournemouth

Julia Weiss

Universidade de
Bournemouth

TRADUÇÃO:

**Mateus Sanches Duarte
& Gabriel Martins**



*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

Alfabetização Midiática por uma sociedade mais inclusiva e sustentável: situando o campo no ecossistema da comunicação

*Media Literacy for a More Inclusive and
Sustainable Society: Situating the Field in
the Communication Ecosystem*

*Alfabetización Mediática para una
sociedade más inclusiva y sostenible:
situando el campo en el ecosistema de la
comunicación*

McDougall, J., & Weiss, J. Alfabetização Midiática por uma sociedade mais inclusiva e sustentável: situando o campo no ecossistema da comunicação. *Revista Eco-Pós*, 28(1), 19–48. <https://doi.org/10.29146/eco-ps.v28i1.28540>

RESUMO

Neste artigo, defendemos a alfabetização midiática como um elemento essencial para a saúde do ecossistema de comunicação, mapeando o campo para uma teoria da mudança. Este artigo compartilha um elemento do projeto mais amplo, pelo qual a teoria da mudança foi utilizada para avaliar a última década de intervenções do letramento midiático para o governo do Reino Unido e em colaboração com o regulador britânico Ofcom. Argumentamos que as pessoas que utilizam o seu letramento midiático para obter consequências positivas podem melhorar a saúde do ecossistema, mas, por meio desta pesquisa, vemos a necessidade de o campo da alfabetização midiática reivindicar menos para mudar mais.

PALAVRAS-CHAVE: *Alfabetização Midiática; Teoria da Mudança; Ecossistema da Comunicação.*

ABSTRACT

In this article, we make the case for media literacy as an essential element in the health of the communication ecosystem by mapping the field to a theory of change. This article shares an element of the broader project, whereby the theory of change was used to evaluate the last decade of media literacy interventions for the UK Government, and in collaboration with the UK regulator Ofcom. We argue that people using their media literacy for positive consequences *can* improve ecosystem health, but through this research, we see the need for the field of media literacy to *claim less to change more*.

KEYWORDS: *Media Literacy; Theory of Change; Communication Ecosystem.*

RESUMEN

En este artículo, defendemos la alfabetización mediática como elemento esencial para la salud del ecosistema de la comunicación mediante la adaptación del campo a una teoría del cambio. Este artículo comparte un elemento de un proyecto más amplio, según el cual la teoría del cambio se utilizó para evaluar la última década de intervenciones de alfabetización mediática para el gobierno del Reino Unido y en colaboración con el regulador británico Ofcom. Sostenemos que las personas que utilizan su alfabetización mediática para lograr consecuencias positivas pueden mejorar la salud del ecosistema, pero a través de esta investigación vemos la necesidad de que el campo de la alfabetización mediática reclame menos para cambiar más.

PALABRAS CLAVE: *Alfabetización mediática; Teoría del cambio; Ecosistema de comunicación.*

Submetido em 02 de fevereiro de 2025.
Aceito em 10 de maio de 2025.

Ecosistema

Mark Cocker conclui o seu livro sobre a migração dos andorinhões com uma única frase de quatro páginas para descrever o rápido aumento da toxicidade do ambiente natural, a forma como a nossa espécie o fez e, no entanto, como a presença transitória e fugaz dos andorinhões no nosso ambiente é motivo de esperança, se apenas olharmos para cima.

É evidente que o ecossistema de comunicação não está menos poluído. E, no entanto, — se o campo da alfabetização midiática fosse mais corajoso em relação ao que podemos mudar, mais confiável na produção de evidências, mais receptivo aos limites dos nossos poderes, mas também mais centrado na justiça social, mais ecocêntrico e epistemologicamente diverso — para ser então mais ambicioso em termos de impacto gradual e colaborativo, talvez a garantia de Cocker possa ressoar — “Juntos, somos esperança” (COCKER, 2023, p. 273).

Um ecossistema de comunicação é uma ecologia dinâmica de redes, atores, relações, processos e estruturas. É uma intersecção complexa e fluida de cidadãos, produtores de mídia e fornecedores de informação, plataformas, reguladores e de influências culturais, jurídicas e políticas. Essa analogia funciona porque se assemelha a um ambiente em que os organismos interagem com o sistema e entre si. Estes organismos encontram-se em relações sociomateriais complexas. Num ecossistema de comunicação, a energia flui sob a forma de uma economia da atenção entre as pessoas, a tecnologia, as organizações e o ambiente digital. Essas relações de atenção ocorrem em contextos mais amplos de estruturas e acontecimentos socioculturais e geopolíticos.

Alfabetização midiática

Atualmente, a alfabetização midiática é um termo abrangente que inclui os letramentos midiáticos, informacionais e digitais, que também pode ser utilizado para incorporar outros letramentos relacionados (como a alfabetização visual, a alfabetização jornalística, a alfabetização de dados e as literacias algorítmicas/Inteligência Artificial), como uma forma ampliada de estar no mundo. Em suma, é o repertório de competências e práticas de alfabetização necessário para ser um cidadão de pleno direito no ecossistema de comunicação em qualquer momento da história da raça humana e em qualquer contexto específico de

comunicação. No entanto, como afirma Tessa Jolls, no seu recente relatório para a OTAN (Organização do Tratado do Atlântico Norte), embora o interesse pela alfabetização midiática tenha se expandido muito nos tempos da Inteligência Artificial e da desinformação, o campo está consolidado:

A alfabetização midiática não é uma disciplina nova: existe há mais de 50 anos e tem uma base de investigação acadêmica que ajudou a estabelecer e a demonstrar a sua eficácia no ensino de competências de discernimento a populações díspares. A alfabetização midiática é um movimento global, bem como um campo de estudo de investigação com uma base acadêmica sólida e uma pedagogia para o ensino e a aprendizagem. (JOLLS, 2022, p.5)

Esta comissão da OTAN situa a alfabetização midiática como uma forma de “defesa estratégica” e, neste enquadramento, a tensão fundamental, entre protecionismo e capacitação, regulação e educação, é clara. A alfabetização midiática é vital. No entanto, as abordagens que este projeto procura validar são as que vão além do *solucionismo* para se concentrar nos complexos “espaços problemas” da alfabetização midiática. Trata-se de intervenções que procuram encontrar formas de identificar como os cidadãos podem “defender-se” de forma mais ativa, usando as suas competências midiáticas (BENNETT *et al*, 2020) para tornar o ecossistema de comunicação mais saudável no futuro, de modo que haja simplesmente menos perigos aos quais se deve ser resiliente.

Relações dinâmicas

O ecossistema de comunicação descreve toda a gama de conteúdos e informações das mídias distribuídas no ambiente digital. Trata-se de um sistema dinâmico de relações. É útil pensar na forma como acessamos, nos envolvemos e compartilhamos os meios de comunicação e a informação, uma vez que nos ajuda a ver as formas como a estrutura e suas agências funcionam. Num ecossistema, os profissionais da mídia, os criadores de conteúdos e de informação coexistem com os cidadãos. Estes cidadãos podem ser, se assim o desejarem, apenas membros da audiência, ou podem assumir o controle da forma como respondem publicamente, compartilham e modificam o que acessam. Podem também ser eles próprios produtores e criadores de conteúdos e informação. Um ecossistema também inclui instituições que regulam as mídias e as informações e, claro, os governos. No entanto, um ecossistema de comunicação

estende-se frequentemente para além das fronteiras nacionais, restringindo a influência do poder estatal. Por outro lado, uma empresa pode utilizar a metáfora do ecossistema para gerar a sua própria estratégia de comunicação (ver *BBC MEDIA ACTION*, 2021). Neste artigo, estamos preocupados com a) o ecossistema de comunicação que um cidadão habita; b) a sua saúde; e c) o papel da alfabetização midiática para o tornar mais saudável:

Sempre usamos e dependemos das mídias para experimentar, expressar e compreender a nossa humanidade, e cabe a nós assumirmos a responsabilidade pelo mundo que queremos nos meios de comunicação. (DEUZE, 2023, p. 18)

Uma abordagem ecossistêmica é útil devido à situação observada por Deuze, em que estamos sempre vivendo uma “vida midiática”. Já não dedicamos um tempo especial ao envolvimento com as mídias como uma atividade isolada ou ao acesso à informação *online*. Pelo contrário, essas práticas estão profundamente enraizadas na nossa experiência cotidiana. Isso significa também que a saúde do ecossistema de comunicação em que vivemos influencia a qualidade das nossas vidas, assim como a saúde do meio ambiente faz a diferença no nosso bem-estar físico.

Como estamos agora vivendo uma vida “pós-digital”, em que o digital só está presente quando ausente, como o ar ou a água, podemos compreender que a alfabetização midiática passa a ser sobre “as consequências do digital, para a diversidade e os desafios de viver juntos, no pós-digital” (PASTA; ZOLETTI, 2023, p. 27). Essa alfabetização, portanto, não é uma solução, mas um processo de mudança.

Quando os ecossistemas de comunicação não são saudáveis, as populações que eles servem enfrentam múltiplas crises. Essa não é uma lista exaustiva, mas as principais áreas de preocupação incluem: a falta de modelos econômicos viáveis; a captura dos meios de comunicação por atores políticos ou econômicos; baixos níveis de confiança do público; polarização de pontos de vista; declínio da liberdade dos meios de comunicação e falta de equidade, diversidade e inclusão nos meios de comunicação. (BBC MEDIA ACTION, 2021, p.3)

Este artigo afirma a necessidade de aproveitar o momento para melhorar a saúde do nosso ecossistema de comunicação, com e através da alfabetização midiática, tal como precisamos tomar medidas para reduzir as mudanças climáticas. Crucialmente, assinalar as mudanças climáticas aqui não é uma mera analogia, porque há provas convincentes de que a

desinformação sobre saúde e ciência são elementos-chave na inércia das pessoas perante a intoxicação do meio ambiente. Por conseguinte, a saúde dos ecossistemas naturais e os ecossistemas de comunicação estão intimamente ligados:

Um ecossistema de comunicação perfeitamente saudável é aquele que nunca é alcançado, mas que é sempre procurado. É necessariamente humano, no qual a solidariedade, o cuidado, a reciprocidade e o amor são prioritários. Quando a criticidade, a diferença e a diversidade brilham. É saudável quando a comunidade é vista, sentida e ouvida. É saudável quando se centra nas relações. Lutar por ecossistemas de comunicação saudáveis é lutar por ecossistemas que estejam ligados às nossas comunidades físicas, livres de atores que pretendem explorar, mercantilizar e extrair. Apoiam uma representação equitativa para que a vida pública prospere, e fazem-no com uma mistura de formas de envolvimento, supervisão e princípios partilhados. (PAUL; MIHAILIDIS, 2024)

A articulação de Scolari (2022) de uma teoria da evolução dos meios de comunicação, que é ela própria uma “proto-disciplina”, começa a colocar em primeiro plano os fluxos de energia, em vez da forma, do conteúdo e do meio. Os meios de comunicação criam um ambiente que nos rodeia e a qual habitamos, mas também as relações entre as mídias são construídas por esse ambiente. Crucialmente, esse quadro holístico pode dar conta tanto da ecologia como da evolução, das perspectivas espaciais (sincrônicas) e temporais (diacrônicas), e também do movimento entre o estudo do dispositivo singular e as transformações para as quais contribuem “... da mesma forma que Charles Darwin precisou recolher fósseis para construir o seu grande quadro teórico, o evolucionista dos meios de comunicação tem muitas vezes de trabalhar com fósseis dos meios de comunicação que estão localizados ao nível da micro perspectiva” (SCOLARI, 2022, p.18).

O estudo ecológico dos ecossistemas de comunicação remonta geralmente à obra de Marshall McLuhan *The Medium is the Message* (2003). O estudo académico dos ambientes midiáticos, e o nosso envolvimento com os meios de comunicação como holísticos e sensoriais, é frequentemente atribuído a esta intervenção, lançando uma lente académica sobre “sistemas de comunicação complexos como ambientes” (NYSTROM, 1973, p. 1). O ambiente de comunicação não é algo em que entramos e saímos, mas em que habitamos, e o nosso pensamento e as nossas percepções acontecem dentro dele. Os meios de comunicação interagem

dinamicamente uns com os outros neste ambiente, como espécies e elementos num ecossistema (MCLUHAN, 2003; SCOLARI, 2022).

No entanto, essencializar ou universalizar a comunicação social em prol de uma metáfora coerente é contraproducente para os objetivos de uma alfabetização midiática voltada para a mudança social. No ecossistema de comunicação, a comunicação está sempre fluindo e é um espaço de luta, e a saúde relativa do ecossistema também tem a ver com a mudança da apropriação da comunicação para a igualdade comunicativa e o respeito pela diferença, de modo que o ecossistema em plena saúde promova globalmente a diversidade na procura da justiça social. Assim, quando estudiosos do letramento midiático de Minorias Globais, como nós, procuram utilizar as teorias da mudança para posicionar a alfabetização midiática como essencial para um futuro mais saudável e, ao mesmo tempo, perturbar o campo da alfabetização midiática, este é um projeto epistemológico desafiante. Para a trajetória futura da ecologia das mídias, Wendy Hui Kyong Chun move-nos “Depois de McLuhan”: “...tecer e girar fora do espelho eurocêntrico, seguir fios e perder arquivos, perfurar índices e ficar em plataformas. Abrigar recusando e fabricando. Porque o após não é menos. Pelo contrário, vir após é mudar o que está reservado para o futuro” (KYONG CHUN, 2022, p. 225).

Este “após” é importante. Quando o campo da ecologia das mídias e a comunidade da alfabetização midiática usam a metáfora do ecossistema de forma a imaginar “a mídia” como um lugar real, isso se torna autoderrotista e ressoa com a provocação “*After the Media*” que fez parte da trajetória do projeto atual (BENNETT; KENDALL; MCDUGALL, 2011), sendo também pertinente à crítica mais atual de Lopez (2023) à “medialândia”. Ao dizermos “*After the Media*”/‘depois da mídia’, não estávamos propondo uma mudança temporal, nem argumentando que ‘a mídia’ havia deixado de existir. Em vez disso, concebemos essa ideia de forma semelhante ao pós-moderno — como uma maneira de pensar ‘após’ ou ‘em desvio’ — que resiste à noção de ‘a mídia’ como algo externo aos agentes letrados midiaticamente em práticas sociais. “Os meios de comunicação”, como mais do que meramente um plural técnico gramatical, são construídos a partir de uma necessidade de preservar um estatuto fora da mídia, de mantê-la como outra, consistente com uma versão de alfabetização midiática que considera que devemos ser alfabetizados em uma mídia existente.

Esta abordagem do ecossistema de comunicação deixa de situar os seres humanos e os meios de comunicação como distintos, através de uma lente antropocêntrica sobre o ecossistema e de uma motivação centrada no ser humano para a sua saúde, para a nossa sobrevivência. A maneira como estamos pensando agora opera uma distinção menor, se é que opera alguma, entre humano, meios de comunicação e máquina ou entre natureza/tecnologia e centra-se menos no equilíbrio do ecossistema do que na forma como o poder é exercido. É ambiental no sentido que Karen Fry descreve, como uma intersecção de contexto, conteúdo, poder e paradigma, sempre diferentemente inter-relacionados no contexto geocultural “no impulso de *‘compreender todo o ambiente de possibilidade’*” (FRY, 2022, p. 157).

O legado metafórico de McLuhan deve ser problematizado por outras razões. Em primeiro lugar, as pensadoras feministas chamam a atenção para a frequente discriminação, misoginia e racismo na sua escrita, ao mesmo tempo que procuram reutilizar as suas contribuições teóricas para as preocupações atuais. Em segundo lugar, a tendência da “escola McLuhan” para projetar “fielmente” o seu pensamento imaginado no ecossistema de comunicação contemporâneo essencializa as pessoas e as máquinas de forma profundamente indevida:

Grande parte da extensão das teorias de McLuhan à era digital interpreta a sua noção de que os meios de comunicação determinam a cultura como um efeito singular sobre o mesmo sujeito humano universal singular com que McLuhan se preocupava. Essa visão é paralela à visão perigosa e acrítica da tecnologia defendida por Elon Musk e é evidenciada pela cultura *Tech-Bro* do Vale do Silício, que permanece deliberadamente cega para as realidades dos futuros tecnológicos desiguais pelos quais são cada vez mais responsáveis. (SHARMA, 2022, p. 4)

Quando se pensa no ecossistema de comunicação e na alfabetização midiática pós-digital, tanto após a mídia como após McLuhan, muitas vezes esse pensamento trabalha com ideias de Deleuze e Guattari (1993) e é, por isso, considerado “rizomático”. A diferença entre o pensamento de Deleuze e o de McLuhan é útil para a análise do ecossistema de comunicação, sobretudo na mudança dos meios de comunicação como extensão para conjuntos de pessoas, máquinas e outras partes móveis. O argumento é que ‘o meio é a mensagem’ foi uma contribuição para esse modo de pensar, portanto, não há conflito entre eles, mas agora estamos entendendo que esses agenciamentos são o ponto de partida, e não o resultado da combinação de elementos:

Quando entendemos os humanos como conjuntos maquínicos, “estou vendo televisão” deixa de fazer sentido porque a televisão sou eu neste momento. O conjunto pessoa-remoto-TV-sofá é o meu modo de ser, o que significa que não estou noutro modo de ser. (JENKINS; ZHANG, 2019, p. 60)

Nada vem antes da montagem, nem uma pessoa, uma máquina, um meio, mas também — o que torna isso muito difícil — reconhecer que a posição teórica que adotamos é em si mesma uma montagem. Para aqueles que procuram adotar as abordagens teóricas de Deleuze para estudar os ecossistemas de comunicação, trata-se uma posição ética, uma vez que a motivação deve ser compreender — e agir sobre — as formas como podemos ser reflexivos sobre os conjuntos a que nos conectamos. O que se estende, hoje em dia, aos algoritmos, que, utilizando uma abordagem amplamente ecológica, precisamos entender como cultura, em vez de serem distintos da cultura, ou na cultura, ou transformando a cultura. Como conjuntos, através das práticas coletivas de envolvimento de “pessoas comuns”, eles são “parte da cultura, constituída não apenas por procedimentos racionais, mas por instituições, pessoas, contextos de interseção e percepção rudimentar que ocorre na vida cultural comum” (SEEVER, 2017, p. 10).

É provável que a utilização de uma teoria da mudança para a alfabetização midiática com o intuito de melhorar a saúde dos ecossistemas de comunicação tenha dificuldade em evitar os problemas identificados na utilização “convencional” da metáfora, é preciso admitir.

Para aplicar os critérios de saúde, ao nível da alfabetização midiática, uma vez que o sujeito mais ou menos alfabetizado nesse caso é humano, o risco de uma abordagem normativa que entende a pessoa humana, ou “cidadão” no centro da mudança, é óbvio. No entanto, a Teoria da Mudança aqui apresentada trata-se abertamente da promoção de ecossistemas para a coesão social, e espera-se que possa, pelo menos, integrar a ética das *ecomedia*, ao invés de reproduzir o tipo de pensamento ecológico que naturaliza a ordem capitalista de competição e equilíbrio mercado/estado para os cidadãos e instituições humanas. Crucialmente, a relação entre a alfabetização midiática humana e o ecossistema de comunicação não vê este último como natural, mas construído por ideologia e decisões, pelo que a teoria da mudança é motivada “para além do *solucionismo*” (MCDUGALL; REGA, 2023) para promover a alfabetização midiática como uma força, motivando-a com valores diferentes. Isso significa que a alfabetização midiática não serve apenas para tornar as pessoas mais resistentes a um ambiente tóxico. Significa

também que, embora o projeto inicial e exequível possa ser utilizar a alfabetização midiática para tornar o ecossistema existente mais saudável, o projeto sustentável e a longo prazo é utilizar a alfabetização midiática para reconfigurar o ecossistema como algo muito diferente do que habitamos atualmente.

Portanto, é preciso ter cuidado ao desempacotar termos essencializantes dentro dos critérios formulados para a saúde do ecossistema e o enquadramento discursivo da alfabetização midiática para a coesão social. É preciso ter o cuidado de contribuir, na medida do possível a partir da Inglaterra, do Reino Unido, da Europa, do Ocidente, para “situar a alfabetização midiática como um movimento que tenta primeiro abordar os problemas das margens e dos marginalizados e trabalhar no sentido de conceber para e com as margens” (MELKI, 2024).

Estabelecemos, então, que a alfabetização midiática é produtivamente complicada. É profundamente dinâmica.

Literacias dinâmicas

Dizer que as literacias são “dinâmicas” é abraçar as teorias de literacia em constante mudança e sempre contestadas, que se cruzam e se desenvolvem entre a semiótica e a multimodalidade, a educação para a mídia, os estudos culturais e os novos estudos de literacia. Essas perspectivas compartilham uma resistência ao enquadramento da literacia como estática — um conjunto de competências que pode ser facilmente medida. Esse enquadramento é, infelizmente, proeminente na educação formal, tanto no currículo quanto nas políticas.

É realmente importante como definimos “literacia” (de todos os tipos e em todos os contextos). Talvez concordemos que a literacia é um conjunto fixo e aparentemente neutro de habilidades e competências para se envolver com textos, criar significados e se comunicar com outros seres humanos. Essa forma de pensar sobre a literacia pode se adaptar a diferentes situações, idiomas e ambientes, mas há um “núcleo duro” do que é alfabetização que pode ser aplicado universalmente. Ou talvez, em vez disso, concordemos que a literacia está sempre mudando, é fluida e contestada, respondendo o tempo todo às condições socioculturais e econômicas, geopolíticas e tecnológicas. Nesse modo de pensar, a literacia também é epistemologicamente diversa e, portanto, não podemos aplicar uma estrutura universal. A

escolha de qual dessas ideias de literacia será usada fará diferença em tudo o que pensamos sobre alfabetização midiática. Nesse sentido, é essencial afirmar que a análise de campo, as descobertas e as recomendações a seguir aplicam a versão dinâmica e, uma vez que essa alfabetização midiática dinâmica se desenvolve e faz mudanças positivas por meio de troca e negociação, grande parte do trabalho citado como consequente para a saúde do ecossistema de comunicação será operacionalizado em “terceiros espaços” (GUTIERREZ, 2008; BHABHA, 1994; POTTER; MCDUGALL, 2016) que podem ser literal e fisicamente localizados ou metafóricos. O que tais espaços compartilham é uma resistência fundamental à alfabetização midiática que é possuída por alguns e transmitida ou desenvolvida em outros.

A modalidade autônoma de literacia acredita nos estágios de desenvolvimento e nas expectativas de que os seres humanos adquiram literacia em determinadas idades, como uma série de níveis de conhecimento e habilidades a serem adquiridos individualmente no cérebro humano. A modalidade ideológica de literacia vê o desenvolvimento como uma questão de comunicação entre pessoas em contextos socioculturais. Esses contextos não estão apenas lá, não apenas “em torno” da literacia, mas também a geram. E, é claro, quando pensamos em alfabetização midiática, as literacias não são apenas socioculturais, mas também sociomateriais e sociotecnológicas. Essas literacias estão reunidas na alfabetização midiática.

É fundamental dizer aqui, de acordo com os nossos interesses, que a alfabetização midiática não é uma alfabetização dinâmica “conhecida”, a ser medida. A alfabetização midiática não é menos dinâmica, nem menos sujeita a transformações constantes. A alfabetização dinâmica é a (des)ordem contínua das coisas, a maneira constante como o que é ser alfabetizado responde às mudanças na forma como estamos criando significado, por meio da convivência com os outros no mundo com e através dos meios digitais, em vez de afirmar (e fingir acreditar em) definições fixas e estáticas de alfabetização. Parece totalmente incontroverso sugerir que as mudanças intensamente dinâmicas na nossa experiência vivida da comunicação e da cultura transformaram as alfabetizações no mesmo ritmo, porque a alfabetização está ligada ao contexto e não pode ser compreendida abstraindo dos meios de produção textual, circulação e envolvimento com os quais os seres humanos vivem no mundo uns com os outros.

A literacia mediática pode proporcionar uma consciência reflexiva dos valores e ideologias reproduzidos nos meios de comunicação e na informação, o que, por sua vez, pode aumentar a participação dos cidadãos e a sua plena cidadania democrática. Este entendimento da literacia mediática é claramente muito mais do que aptidões, competência e resiliência e é informado pela pedagogia radical de Paulo Freire, transferível para os contextos em que as pessoas desenvolvem e utilizam a literacia mediática de acordo com os seus ambientes, necessidades e recursos disponíveis (ver Chaiveeradech, 2022).

Assim, as estruturas e os modelos para desenvolver e medir a alfabetização midiática precisam incluir o acesso igualitário e seguro à leitura crítica para fazer uso ativo, criativo e/ou cívico da mídia. A alfabetização midiática pode proporcionar uma consciência reflexiva dos valores e ideologias reproduzidos nos meios de comunicação e na informação, o que, por sua vez, pode ampliar o engajamento do cidadão e o exercício de sua plena cidadania democrática. Esse entendimento da alfabetização midiática é claramente muito mais do que aptidões, competências e resiliência e é informado pela pedagogia radical de Paulo Freire, transferível para os contextos nos quais as pessoas desenvolvem e usam a alfabetização midiática de acordo com seus ambientes, necessidades e recursos disponíveis (veja CHAIVEERADECH, 2022).

Tal movimento em direção a essas literacias dinâmicas é uma tentativa de dar sentido aos aspectos liminares, espaciais e tecnológicos da comunicação humana e também é sincrônico, incluindo as práticas atuais situadas, e diacrônico, testemunhando o movimento através do tempo como um princípio incorporado. Novamente, isso não pode ser conciliado com o senso (ainda) predominante de literacia como estática em sistemas e estruturas performativos. Levar em conta a dinâmica da literacia não é apenas desejável, mas uma condição absoluta de possibilidade para uma alfabetização midiática agenciadora e inclusiva que possa abordar - para resolver - a desigualdade e a desconexão, a opressão e a exclusão. Somente uma alfabetização midiática dinâmica mudará o mundo para melhor.

Teoria da Mudança

Em suma, a mudança que pretendemos que essa alfabetização midiática dinâmica faça é contribuir para uma visão de um ecossistema de comunicação saudável.

Esse “mundo ideal” é rico, diversificado, generativo, ecocêntrico e protetor de direitos. Nesse ecossistema, as pessoas que o habitam demandam comunicações iguais e diversificadas e ambientes on-line e de dados seguros. Grupos de pessoas são motivados a “questionar como a tecnologia funciona, mesmo quando estamos tentando acomodá-la em nossa vida cotidiana”. (NATALE, 2021, p. 132). Ao mesmo tempo, nesse cenário saudável, os atores da comunicação, as plataformas e os designers de tecnologia agem de acordo com o interesse público para o bem social. Mas esse último elemento pode estar além do alcance da alfabetização midiática, ou pode ser que a alfabetização midiática possa influenciar a mudança nesses domínios, parcialmente, de forma incremental. É por isso que precisamos de uma teoria da mudança.

Uma teoria da mudança se propõe a explicar e planejar uma mudança desejada em um contexto específico. Os principais componentes de uma teoria da mudança incluem suposições, metas de longo prazo, atividades para avançar em direção à mudança, resultados das atividades e medidas ou indicadores de sucesso para avaliar a extensão da mudança alcançada. No contexto da alfabetização midiática, usar uma teoria da mudança para esclarecer, entender, planejar e avaliar a diferença que a alfabetização midiática faz na vida das pessoas também é reconhecer que os projetos de artes e mídia podem ter dificuldades em evidenciar o impacto e, conseqüentemente, que “a adoção de uma abordagem de teoria da mudança permite que os pesquisadores de práticas criativas comprovem aspirações ou intenções, assim como resultados concretos... e fornece uma linguagem para narrar suas histórias e articular o valor em termos que eles entendem” (BOULIL; HANNEY, 2022, p. 127).

Essa teoria da mudança para a alfabetização midiática é o resultado de uma década de pesquisa, após a qual a primeira versão foi criada para a *BBC Media Action* para mapear o impacto de seu trabalho em sociedades frágeis e comunidades diversas. O resultado foi adaptado e aplicado a projetos com o British Council e, depois, como uma estrutura abrangente para suas atividades no espaço de alfabetização midiática. Esse trabalho é, em parte, sobre a mudança do ecossistema de comunicação para objetivos mais amplos de justiça social e coesão social e, em parte, como uma resposta específica às ameaças representadas por informações errôneas, desinformações e mal-entendidos. Ficou evidente, no processo de usar essa teoria da mudança

para avaliar o impacto das intervenções dessas organizações e projetar pesquisas futuras, que ela é suficientemente robusta e adaptável para servir ao campo global da alfabetização midiática.

A próxima iteração da teoria da mudança foi para o governo do Reino Unido, em colaboração com o *Ofcom*. Esse projeto avaliou todo o campo de alfabetização midiática do Reino Unido durante uma década, situando o impacto da alfabetização midiática e sendo mais responsável e preciso sobre seus limites. Ao mesmo tempo, a *UK Media and Information Literacy Alliance* (Aliança de Alfabetização Midiática e Informacional do Reino Unido) tornou-se uma instituição de caridade registrada e o capítulo britânico da Unesco, e a MILA também utilizou a teoria da mudança para seu trabalho de defesa e capacitação. A próxima etapa óbvia foi aplicar a estrutura ao campo global, para reivindicar com convicção renovada a diferença que a alfabetização midiática faz na vida das pessoas e para ser mais sutil e rigoroso em relação ao que está além do alcance do campo ou dos recursos que temos. Talvez o mais importante seja o fato de que trabalhar no limite da “linha pontilhada” entre a evidência latente e a evidência manifesta pode aprimorar nosso pensamento de design quando começamos uma nova pesquisa. Portanto, é muito importante afirmar que relatar a falta de evidências sobre as consequências longitudinais da alfabetização midiática não significa que não acreditamos que isso esteja acontecendo, apenas que precisamos pensar melhor sobre como fornecer as provas.

Para cada um dos quatro elementos de mudança inter-relacionados, foi gerado um conjunto de indicadores. Mais uma vez, é fundamental afirmar que esses indicadores foram gerados a partir de uma década de evidências de pesquisa.

Acesso

A alfabetização midiática permite que as pessoas tenham possibilidades de serem incluídas como indivíduos em todo o ecossistema de mídia, digital e de informações, mediante conectividade digital, acesso tecnológico e habilidades para usar a mídia e a tecnologia digital que dispõem. O acesso envolve quem, quando, onde e com que frequência as pessoas têm acesso aos conteúdos midiáticos, informações e tecnologia digital, e se elas têm o conhecimento e a conscientização necessários para usá-los da maneira que gostariam, nos contextos da vida cotidiana, cidadania, educação, trabalho e saúde. Também está relacionado a como as pessoas

fazem escolhas que restringem seu próprio acesso a partes do ecossistema. Sociedades civis que funcionam exigem um ecossistema de mídia diversificado e pluralista e que os cidadãos sejam alfabetizados o suficiente para fazer escolhas informadas sobre o que acessar dentro do ecossistema.

Conscientização

A alfabetização midiática permite que as pessoas tenham consciência e compreensão de como a mídia e as informações representam pessoas, eventos, questões e lugares, e sejam capazes de avaliar isso a partir de uma perspectiva crítica. Em um nível básico, isso pode incluir a compreensão de como o conteúdo e as informações da mídia representam pessoas, lugares, notícias e questões de determinados pontos de vista com intenções específicas, nesses contextos, cidadania, educação, trabalho e saúde. Em uma escala mais ampla, inclui a compreensão de como o ambiente de mídia com o qual eles se envolvem é construído, por exemplo, em termos de diversidade, quem possui ou controla diferentes fontes de mídia e como as mídias digitais e sociais são construídas e governadas, projetadas e manipuladas, o papel dos algoritmos das mídias sociais e o conhecimento geral sobre dados. O aumento da conscientização ajudará as pessoas a tomar decisões mais informadas sobre conteúdos midiáticos e as fontes de informação em que confiam e com as quais se envolvem, e a entender o papel da mídia em uma sociedade civil que funcione.

Capacidade

As pessoas usam sua alfabetização midiática (seu acesso à mídia e às informações e sua conscientização sobre fontes, representação, conteúdo confiável e o papel dos dados e algoritmos) de forma mais ativa para fins específicos em suas vidas, em vez de serem consumidores passivos de informações e conteúdo, nos contextos da vida cotidiana mediada, da cidadania, da educação, do trabalho e da saúde. Esses objetivos variam de mudanças de acesso, adoção de decisões mais críticas ou conscientes ao receber informações, uso de verificação de fatos de informações ou fontes, atitudes mais informadas para compartilhar conteúdo e informações ou envolvimento direto no ecossistema de mídia como criadores de conteúdo de mídia. O aumento da literacia midiática também pode levar a novas habilidades de engajamento

cívico por meio da mídia digital e da tecnologia, além de aumentar a empregabilidade por meio da aquisição de habilidades criativas e/ou digitais. Quando a alfabetização midiática se transforma em habilidade, as pessoas podem ser mais engajadas civicamente e as sociedades podem funcionar melhor. No entanto, é importante entender que o aumento da capacidade de alfabetização midiática não leva inerentemente aos usos positivos da alfabetização midiática. Há muitos exemplos de como as habilidades no uso da mídia e das plataformas digitais podem ser usadas para causar danos, por exemplo, por meio da exploração de crianças, da criação de informações falsas ou enganosas, da produção de representações negativas de pessoas e grupos na mídia, do compartilhamento de conteúdo nocivo, da exploração comercial ou de ações que ameaçam a igualdade e o funcionamento da sociedade civil.

Consequências

A distinção entre capacidade e consequência pode ser sutil e cheia de nuances, mas se trata de apoiar usos positivos da alfabetização midiática, informados não apenas pelo acesso e pela conscientização do papel da mídia na sociedade, mas também pelo reconhecimento de que as próprias ações e decisões individuais sobre como a alfabetização midiática é usada têm impacto no ecossistema midiático e na sociedade, nos contextos da vida cotidiana mediada, da cidadania, da educação, do trabalho e da saúde. Concentrar-se em como a alfabetização midiática pode contribuir para uma mudança significativa dessa forma incentiva os indivíduos a tomarem medidas de alfabetização midiática que podem causar um impacto construtivo e positivo no ecossistema da mídia e em suas vidas e nas vidas de outras pessoas em uma sociedade civil em funcionamento. Isso pode incluir ações, como contestar a desinformação e, assim, reduzir as consequências negativas para a saúde de ser enganado, produzir conteúdo de mídia e/ou informações on-line, compartilhar conteúdo confiável nas mídias sociais, tentar aumentar a representação de pessoas excluídas ou marginalizadas na mídia ou participar de formas de ativismo de dados ou até mesmo de uma postura mais crítica, expressa por meio da escolha de não agir (por exemplo, não compartilhar desinformação, alterar as configurações de dados). Com isso em mente, as intervenções de alfabetização midiática devem se concentrar em como as pessoas (incluindo a população em geral, crianças, grupos específicos “em risco”, mas também

profissionais de mídia) podem não apenas desenvolver, aumentar e usar sua literacia midiática para melhorar suas vidas, mas também usar sua literacia midiática para uma mudança positiva para todos no ecossistema, semelhante a tomar medidas positivas para melhorar o ambiente natural.

Essas categorias de mudança podem ser usadas para avaliar mais especificamente como a alfabetização midiática muda as coisas na vida das pessoas e também para ajudar a elaborar projetos com objetivos de mudança mais específicos em mente. Quando usamos essa teoria da mudança para avaliar um projeto de alfabetização midiática, usamos as quatro descrições de elementos inter-relacionados para identificar o tipo de mudança que um projeto fez ou tem potencial para fazer. Alguns projetos podem criar mudanças em todos os quatro elementos, outros podem causar impacto em apenas um. Isso dependerá da escala, das intenções, do financiamento e do escopo. Em alguns casos, a mudança será mais evidente em projetos que se concentram mais em um elemento com resultados concretos do que em outros que são mais ambiciosos, mas podem não ter impactos concretos. Pensamos nisso como uma escala móvel ou contínua.

Quando os elementos relevantes são identificados, usamos os critérios para cada elemento de mudança para identificar evidências de mudança ou o potencial de mudança para cada um dos quatro elementos.

Muitas vezes, um projeto de alfabetização midiática criará mudanças em mais de uma dessas áreas, portanto, não se trata apenas de identificar qual elemento é relevante, mas de analisar todos os elementos para ver onde a mudança pode ocorrer. Essa estrutura também é flexível, de modo que podemos identificar mudanças, ver o potencial de mudança e também incluir mudanças manifestas e latentes.

Depois de identificarmos os elementos de mudança que o projeto ou atividade de alfabetização midiática pode alcançar, passamos para uma matriz de objetivos de mudança mais detalhada para identificar quais impactos de mudança específicos podem ser evidenciados ou onde o potencial de mudança é aparente - por exemplo, novos tipos de conhecimento desenvolvidos por pessoas que participam das atividades ou pessoas que fazem coisas diferentes

em suas vidas, e como essas mudanças estão relacionadas ao seu acesso, conscientização, capacidade ou às consequências de sua alfabetização midiática.

Metodologia

No projeto atual, as intervenções de alfabetização midiática de todo o mundo estão sendo mapeadas para a teoria da mudança. As intervenções incluem pesquisas, projetos e currículos educacionais. A metodologia de amostragem e seleção foi comprovadamente eficaz quando usada para o governo do Reino Unido em 2023. A teoria da mudança foi desenvolvida a partir de uma abordagem colaborativa e baseada em deduções analíticas desde os estágios iniciais até uma avaliação piloto; foram feitos refinamentos a partir do *feedback* de avaliadores [*critical friends*] que destacaram a necessidade de mais linguagem não acadêmica, inclusão de projetos de diferentes setores (por exemplo, saúde, educação, contextos sociais e políticos), alinhamento mais coerente com os recursos existentes (por exemplo, aqueles fornecidos pelo órgão regulador do Reino Unido, o Ofcom) e mais orientação para desenvolvedores de projetos “de baixo para cima” que entram no campo de pesquisa de alfabetização midiática pela primeira vez. Após as adaptações decorrentes desse *feedback*, a abordagem foi pré-testada na forma de um exercício de padronização. O conhecimento e a experiência do estágio piloto foram então sintetizados para estabelecer a abordagem consistente que orientou a análise final dos projetos do Reino Unido.

As intervenções incluídas no trabalho do Reino Unido e nos resultados provisórios da extensão global mostram intenções claras e potencial para que a alfabetização midiática leve a mudanças positivas. A estrutura de amostragem é temporal (últimos 10 anos), identificando evidências de objetivos de mudança positiva e filtrada para obter resultados tangíveis baseados em evidências.

O escopo foi definido com base em buscas independentes (por palavra-chave) e por meio de pesquisas de outros projetos. Para o exercício no Reino Unido, as intervenções foram alocadas aleatoriamente para os membros da equipe de pesquisa, o que contribuiu para a redução de vieses. Essa etapa, após os exercícios de padronização, oferece proteção para uma abordagem mental aberta à extensão global da metodologia deste trabalho. Uma abordagem de avaliação

manifesta e latente é usada para a coleta de dados sobre o impacto e o impacto potencial dos projetos, respectivamente. Nesse contexto, a análise da natureza explícita e implícita das evidências geradas pelos projetos está no centro da concepção da pesquisa. No projeto do Reino Unido, as intervenções avaliadas se concentraram em diferentes contextos e variaram de estágios iniciais a projetos concluídos com relatórios de impacto completos. Para analisar essas avaliações e estabelecer temas e distinguir tipos de evidências, os projetos foram mapeados em relação aos quatro elementos principais. Em seguida, as avaliações foram compartilhadas com os líderes do projeto em três casos, para verificar a abordagem adotada e reunir suas respostas às nossas descobertas. Mais uma vez, isso demonstra a viabilidade e a eficácia da metodologia aplicada ao projeto para essa extensão global, que inclui apenas intervenções concluídas.

Usando a Teoria da Mudança no Reino Unido

A Estratégia de Alfabetização Midiática do governo do Reino Unido tem como objetivo “coordenar o cenário da alfabetização midiática e delinear uma Estrutura de Alfabetização Midiática de princípios e práticas recomendadas para informar o conteúdo e a oferta da educação em alfabetização midiática”. (GOVERNO DO REINO UNIDO, 2021).

Avaliamos projetos e atividades de alfabetização midiática no Reino Unido na última década, com foco principalmente nos trabalhos mais recentes, inclusive projetos recém-financiados pelo Programa de Alfabetização Midiática do Governo do governo britânico. Nossa amostra contemplou os temas mais recorrentes para projetos de alfabetização midiática no Reino Unido:

- **Atividades educacionais** para desenvolver o pensamento crítico sobre a mídia e a informação, que incluem tanto intervenções piloto ou exploratórias em pequena escala quanto iniciativas mais amplas realizadas em um número maior de ambientes, incluindo também estudos de mídia como disciplina escolar;

- Projetos que se concentram no **jornalismo e news Literacy**, promovendo o envolvimento com as notícias e a resistência à desinformação ou a capacitação para inclusão na prática do jornalismo em vários níveis;
- **Literacia em saúde** vinculada à alfabetização midiática e informacional, incluindo projetos que visam reduzir as desigualdades em saúde por meio da inclusão digital; intervenções que visam desenvolver novas competências nos profissionais de saúde, atividades que se concentram na alfabetização midiática e na saúde mental e trabalhos que visam melhorar o ecossistema da mídia com a promoção de informações sobre saúde.
- Intervenções de **segurança on-line**, que vão desde o desenvolvimento da confiança no mundo on-line por meio da alfabetização midiática e de escolhas ativas até a redução mais imediata de riscos e a conscientização sobre privacidade e dados.
- Iniciativas voltadas à mensuração e à ampliação do **acesso e da inclusão digital**.

Os projetos que declararam o valor do financiamento em nossa amostra variaram de cerca de £10.000 até o mais alto, com cerca de vários milhões de libras. A duração dos projetos variou de alguns meses para projetos de Alfabetização Midiática mais exploratórios até o programa de Alfabetização Midiática mais longo, que foi conduzido por mais de 18 anos (embora esse tenha sido um estudo de observação de longo prazo e, portanto, seja um caso atípico em nossa amostra).

Antes de apresentar as descobertas dos 30 projetos mais relevantes realizados entre 2013 e 2023, consultamos três líderes de projetos de diversas intervenções para compartilhar nossas avaliações de seus projetos e obter seu feedback sobre como se sentiam em relação às nossas avaliações de seu trabalho.

BBC Young Reporter: o *feedback* do líder do projeto incluiu a concordância de que um relatório de impacto/estudo longitudinal seria muito valioso para comprovar o impacto e o alcance. Também foi destacado que há uma tensão/diferença entre os recursos *on-line* e os workshops “ao vivo”: essa é uma área que evolui rapidamente e as necessidades e o conteúdo mudaram, assim como as maneiras pelas quais os jovens consomem notícias. O

desafio para a BBC é garantir que os recursos *on-line* evoluam, enquanto os workshops são muito mais dinâmicos, atualizados e ministrados por jornalistas da BBC.

Shout Out UK: o *feedback* da equipe do projeto validou nossa avaliação, após o esclarecimento do limite latente/manifesto e do que é indicado pelas células vazias no modelo. Concordou-se que os limites de financiamento e tempo significam que as consequências muitas vezes só podem ser projetadas. A equipe sentiu que a avaliação era um reflexo preciso dos resultados e foi útil para considerar futuras melhorias na elaboração de projetos com objetivos de mudança e impactos mensuráveis.

Parenting for a Digital Future: o *feedback* do líder do projeto incluiu a opinião de que o blog do projeto em andamento não tinha recebido destaque suficiente, já que tínhamos nos concentrado no livro e nos relatórios do projeto. O líder do projeto considerou que o blog era a fonte mais provável de alcance e engajamento, comprovado pelo Google Analytics, mas concordou que isso se referia mais ao acesso e à capacidade potencial – narrativa dos pais e cuidadores sobre a mídia digital - do que à evidência de ação ou consequências positivas. Nossa avaliação das recomendações precisas e dos “futuros imaginados” como um forte exemplo de consequências projetadas foi endossada.

A análise constatou que a alfabetização midiática no Reino Unido criou a mudança mais evidente (43% dos projetos/atividades) na **conscientização** das pessoas sobre a mídia. Isso envolve o pensamento crítico, a percepção das conexões entre a mídia, a saúde, os compromissos cívicos e educacionais, as oportunidades econômicas e a compreensão das ferramentas necessárias para acessar todo o ecossistema da mídia.

Exemplos: *BBC Young Reporter*; *Being Alone Together*; *Changing Conversations*; *Children's Data & Privacy Online: Digital Exclusion and People with SMI*; *Empower*; *GCSE Media Studies*; *Me & My Big Data*; *Ofcom's Media Literacy research*; *NewsWise: Projeto de inclusão digital de Oxfordshire*; *Parenting for a Digital Future (Pais para um futuro digital)*; *Refugee Journalism Project (Projeto de jornalismo para refugiados)* e *The Third Space School Library (Biblioteca escolar do terceiro espaço)*.

Os projetos e as atividades também demonstraram o maior potencial (37% dos projetos/atividades) para transformar a alfabetização midiática das pessoas em **habilidades**. Se os projetos tiverem os impactos de longo prazo que preveem, mas não puderem comprovar dentro de seus períodos de tempo, esses tipos de capacidades terão o maior potencial — pessoas que desenvolvem atitudes mais ativas e resilientes em relação à mídia, aos dados e às informações, pessoas que se sentem mais motivadas a fazer escolhas melhores e mais seguras de acesso à mídia no futuro e a serem mais conscientes em seus compromissos com a mídia e ao compartilhar mídia e informações com outras pessoas.

Exemplos: *The Digital Citizen Project; Active Online Choices; Being Alone Together; Changing Conversations; Children's Data & Privacy Online; Experiences of Digital Exclusion; The Third Space School Library; Empower; Me & My Big Data; Parentzone SEND; The Social Switch Project e ShoutOut UK Extremism and Media Literacy;*

A **evidência manifesta** é mais comumente qualitativa (apresentada por 80% dos projetos/atividades). Isso ocorre na forma de entrevistas e grupos de foco, e geralmente se baseia no autotestemunho e nas respostas de atitude dos participantes, dentro ou no final dos projetos, em vez de medir a mudança na ação ou acompanhar a diferença que a participação faz na vida cotidiana com a mídia. Muitas vezes, as evidências de mudança são geradas a partir de avaliações de projetos. As pesquisas são quantitativas e qualitativas, mas os dados apresentados como evidência são mais qualitativos (apresentados por 43% dos projetos/atividades), sendo que os dados quantitativos são usados com frequência para o contexto de linha de base ou para o recrutamento de participantes com base em critérios de seleção das respostas da pesquisa (apresentados por 36% dos projetos/atividades).

A base para o **potencial de mudança**, além do escopo ou da duração dos projetos, é mais comum na forma de recomendações baseadas em evidências para o trabalho de alfabetização midiática na política e na prática, que, se acionadas, levarão à mudança (apresentada por 17% dos projetos/atividades). Os kits de ferramentas e recursos produzidos para e durante os projetos também são apresentados com objetivos de mudança, sujeitos ao seu uso futuro por grupos-alvo (apresentados por 10% dos projetos/atividades). Muitos projetos apresentam

intenções de mudança declaradas pelos participantes, geralmente na forma de citações diretas, mas também, às vezes, como porcentagens de respostas a pesquisas quantitativas (apresentadas por 23% dos projetos/atividades). Esses são indicadores de mudança latentes, sujeitos à conversão de intenções em ação, mas os projetos geralmente não têm capacidade de acompanhamento longitudinal para medir isso.

Em todos os projetos que avaliamos, não havia evidências tangíveis de que as atividades de alfabetização midiática levassem a consequências positivas. Nos casos em que os projetos eram de pequena escala com financiamento limitado, isso tem a ver com a escala e o prazo para capturar mudanças de longo prazo. Entretanto, nos casos em que os projetos foram conduzidos por um período mais longo, muitas vezes eles não aproveitaram a oportunidade para reunir evidências de impacto. Entretanto, mais de um décimo (13%) da amostra apresentou um significativo **potencial para consequências positivas**, com base em evidências latentes.

Em alguns casos, a evidência de mudança não se manifesta mais devido à forma como os resultados são apresentados do que à falta de mudança. Alguns projetos têm evidências de mudança mais tangíveis porque incluem indicadores de medição quantitativa ou tipos específicos de testemunho dos participantes que são mais robustos. Os exemplos incluem Being Alone Together; Be Internet Citizens; Digital Leaders; Digital Lifeline; Reaching Out Online; Reboot UK e Think Digital. Em outros casos, há suposições, às vezes problemáticas, sobre mudanças positivas resultantes da exposição a uma atividade, recursos ou treinamento. Nossa teoria da mudança é ágil nesse sentido, identificando o potencial de mudança no limiar latente/manifesto - por exemplo, o treinamento foi realizado, uma quantidade medida de pessoas se envolveu com ele e, portanto, recebeu novos recursos (manifesto) e, portanto, há potencial para que o treinamento leve a uma mudança de comportamento, como mudanças de acesso ou consequências nas ações (potencial latente). Os exemplos incluem o *Digital Citizen Project*; *GCSE Media Studies*, *Shout Out UK*; *NewsWise* e o *Social Switch Project*.

Em geral, os projetos exploratórios não oferecem evidências diretas de que a ML [Media Literacy] levou a mudanças, mas podem fornecer percepções para informar a concepção ou a prática de projetos futuros. Os exemplos incluem Third Space School Library; Hammond et al; Ofcom Media Lives e Digital Families. Quando baseado em pesquisa (qualitativa e quantitativa),

um projeto que explora, por exemplo, as necessidades e os usos da alfabetização midiática ainda podem fazer **fortes recomendações de políticas**, sem oferecer diretamente uma intervenção. Os exemplos incluem *Parenting for a Digital Future*; *Digital Exclusion and People with SMI*; *Me and My Big Data*; *Oxfordshire Digital Inclusion Project* e *Widening Digital Participation*.

Implicações

Uma questão importante que emergiu de nossa análise é a **reivindicação excessiva de impactos positivos** a partir de evidências mínimas. Nesse sentido, parece haver um tipo de viés de confirmação parece “incorporado” ao campo da alfabetização midiática no Reino Unido. É mais provável que isso se deva à duração e ao financiamento de curto prazo, o que indica que a maior parte do trabalho é um estudo-piloto que se propõe a ser ampliado ou continuado, mas isso coloca grande parte do impacto da mudança em uma categoria potencial. Identificar quais melhorias poderiam ser feitas para conseguir uma mudança de potencial para evidência seria um passo para resolver esse problema.

A **cocriação e os métodos criativos** com os beneficiários parecem ser, de acordo com as evidências de nossa amostra, a maneira mais eficaz de obter impactos positivos em vários elementos da teoria da mudança. Além disso, os relatórios de impacto facilitam a avaliação da mudança e, novamente, o limiar latente/manifesto pode ser abordado diretamente por meio deles.

No entanto, para que o campo da alfabetização midiática do Reino Unido passe de uma mudança potencial para uma mudança manifestamente positiva, na forma das **consequências** de uma alfabetização midiática mais ampla, melhorando a saúde do ecossistema midiático, isso requer (a) uma mudança de mentalidade na elaboração do projeto, pois atualmente a maioria dos projetos só progride para a competência e não tem objetivos de consequência, e (b) o financiamento e os recursos para projetos longitudinais com relatórios de impacto anuais, para a progressão e o desenvolvimento por meio de estágios na vida útil das atividades.

Recomendações

Com base em nossas descobertas, fizemos cinco recomendações principais:

Dossiê **Alfabetização Midiática e News Literacy**

<https://revistaecopos.eco.ufrj.br/>

ISSN 2175-8689 – v. 28, n. 1, 2025

DOI: 10.29146/eco-ps.v28i1.28540

1. A elaboração de projetos de alfabetização midiática deve ser realista e precisa em relação à mudança desejada para os participantes, a sociedade e o ecossistema de mídia.
2. A elaboração de projetos de alfabetização midiática deve ir além do desenvolvimento das capacidades de alfabetização midiática e incluir objetivos para as consequências positivas da alfabetização midiática.
3. Os projetos de alfabetização midiática devem se concentrar no limiar entre a mudança latente e a manifesta, identificando o que é necessário para a mudança do potencial para a evidência, usando relatórios de impacto para facilitar a avaliação.
4. Os projetos de alfabetização midiática devem usar métodos criativos e de cocriação sempre que possível, pois as evidências mostram que essa é a maneira mais eficaz de obter impactos positivos em vários elementos da teoria da mudança.
5. Para que o campo da alfabetização midiática do Reino Unido passe do potencial para uma mudança manifestamente positiva, na forma das consequências da alfabetização midiática, é necessário que os financiadores invistam em projetos mais longitudinais, com foco no desenvolvimento progressivo das atividades, ao longo de diferentes fases.

Expansão

Na recomendação do Reino Unido relacionada à cocriação, abordamos um aspecto fundamental da teoria da mudança, que tem a ver com a avaliação de como a configuração das parcerias de projeto e intervenção influencia diretamente os objetivos centrais do trabalho de alfabetização midiática em diversos contextos. Nossa metodologia para entender isso foi pensar em como o tipo de (terceiro) espaço que cada projeto gerou se relaciona com os quatro elementos da nossa teoria da mudança para a alfabetização midiática (veja MCDUGALL; REGA, 2022), perguntando:

Como as parcerias de alfabetização midiática em terceiros espaços fazem diferença na maneira como as pessoas acessam a mídia?

Como os compromissos com a mídia gerados pelas parcerias de alfabetização midiática em terceiros espaços desenvolvem uma consciência mais reflexiva sobre a saúde relativa do ecossistema da mídia?

Como as parcerias de alfabetização midiática em terceiros espaços convertem o acesso e a conscientização em competência e como as competências geradas pelas parcerias de alfabetização midiática em terceiros espaços podem impactar os ecossistemas de mídia com consequências positivas?

Ao longo de uma década de pesquisas apresentando a Teoria da Mudança, extraímos estratégias de design transferíveis para parcerias favoráveis em relação a esses objetivos: combinar a troca de conhecimento intercultural do terceiro espaço com a representação midiática do contracampo e o treinamento e desenvolvimento da mídia; trabalhar com valores de capacidade e resiliência — compartilhando entre culturas, negociando, refinando, concordando e revisando — sem impor nem fugir; respeitar a diferença como um primeiro princípio — de modo que a mudança da mídia ou a mudança positiva por meio da mídia — para tornar o mundo mais igual, diverso e inclusivo — seja privilegiada em relação à “mídia” em todos os contextos e entre eles; procurar nuances interculturais e momentos textuais que “mudem a história” para cada parceiro e seguir com essas mudanças. Observamos que cada parceria de alfabetização midiática será diferente, mas todas terão ‘brilhos’ equivalentes [equivalent ‘sparks’] (veja REGA; MCDUGALL, 2022).

No momento da escrita deste trabalho, as Diretrizes da *European Digital Media Observatory* para Iniciativas Eficazes de Alfabetização Midiática (2024) foram publicadas. Elas são congruentes com muitos aspectos do nosso trabalho, principalmente na articulação de como “uma boa iniciativa de alfabetização midiática promove a compreensão crítica do ecossistema da mídia”. No entanto, embora essas diretrizes destaquem a importância do trabalho ser transparente, inclusivo, ético e acessível, essas ambições de “elevar os padrões” reproduzem a neutralidade paradoxal do campo, deixando de articular a natureza do impacto em termos de mudança do ecossistema (e os valores acordados para o que queremos dizer com consequências positivas).

O trabalho em andamento para a Teoria da Mudança apresentada neste artigo é mapear o campo global da alfabetização midiática por meio dessas mesmas abordagens. Isso será publicado pela Palgrave (MCDUGALL, 2025). O resultado será uma identificação precisa da mudança que a alfabetização midiática faz na vida das pessoas e, mais uma vez, como a alfabetização midiática poderia mudar mais, com um pensamento mais claro e com menos reivindicações exageradas.

Para concluir e reafirmar: qual é a mudança que queremos que a alfabetização midiática promova? Essa conversão da alfabetização midiática em capacidade, para indivíduos, e depois em consequências positivas coletivas — o que está no centro desse limiar entre a pessoa e a sociedade? Livingstone (2023) oferece uma ambição convincente:

O que podemos esperar de melhor da alfabetização midiática? Ela pode ajudar a concretizar os direitos humanos e facilitar o florescimento humano? Sugiro que essa pergunta seja respondida de forma coletiva e não individualista. Para que a alfabetização midiática ajude a concretizar os direitos humanos e facilite o florescimento humano — incluindo diversas formas de criatividade, conexão humana, participação comunitária e política —, as instituições e estruturas da nossa sociedade devem abrir espaço para a agência, o conhecimento e a autodeterminação das pessoas, encontrando maneiras de reconhecer, valorizar e possibilitar isso, talvez transformando-se no processo... Para ver os aspectos positivos da alfabetização midiática, temos que imaginar uma visão positiva da sociedade - o que ela poderia ser, o que as pessoas querem que ela seja, o que elas precisam que ela seja. Não sei se podemos concordar com as respostas. Mas talvez possamos concordar que as respostas são importantes. (LIVINGSTONE, 2023)

Combinando nossa visão do ecossistema de comunicação saudável, nossa “versão” da alfabetização midiática como dinâmica, ecocêntrica e epistêmica e as evidências que estamos gerando sobre a diferença que ela faz — e articulando-as com a proposta imaginativa de Livingstone — nessa motivação, chegamos à equação de como a alfabetização midiática pode mudar as coisas para melhor, rumo a uma sociedade mais inclusiva e sustentável.

Referências:

- BBC MEDIA ACTION. *Supporting Healthier Media Ecosystems*. 2021. <https://downloads.bbc.co.uk/mediaaction/pdf/approaches-media-ecosystems.pdf>.
- BENNETT, Peter; KENDALL, Alex; MCDOUGALL, Julian. *After the Media: Culture and Identity in the 21st Century*. London: Routledge, 2011.
- BENNETT, Peter; MCDOUGALL, Julian; POTTER, James. *The Uses of Media Literacy*. Abingdon: Routledge, 2020.
- BHABHA, Homi. *The Location of Culture*. London: Routledge, 1994.
- BOULIL, Djamila; HANNAY, Roy. Change must come: mixing methods, evidencing effects, measuring impact. *Media Practice and Education*, v. 23, n. 2, 2022, p. 126-137.
- COCKER, Mark. *One Midsummer's Day: Swifts and the Story of Life on Earth*. London: Vintage, 2023.
- DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. *A Thousand Plateaus: Capitalism and schizophrenia*. Translated by Brian Massumi. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1987.
- DEUZE, Mark. *Life in Media: A Global Introduction to Media Studies*. Boston: MIT Press, 2023.
- EUROPEAN DIGITAL MEDIA OBSERVATORY. *EDMO Guidelines for Effective Media Literacy Initiatives*. 2024. Available at: <https://edmo.eu/areas-of-activities/media-literacy/>
- FRY, Katherine. Media Environments: A Dynamic Model of Media Literacy, Activism and Change. In: DE ABREU, Belinha, ed. *Media Literacy, Equity and Social Justice*. London: Routledge, 2022, p. 149-158.
- GUTIERREZ, K. Developing a sociocultural literacy in the third space. *Reading research quarterly*, v. 43, n. 2, 2008, 148-164. <https://www.gov.uk/government/publications/online-media-literacy-strategy>.
- HUI KYONG-CHUN, Wendy. After McLuhan. In: SHARMA, Sarah; SINGH, Rianka, eds. *Re-Understanding Media: Feminist Extensions of Marshall McLuhan*. Durham: Duke University Press, 2022.

- JENKINS, Eric; ZHANG, Peter. Deleuze the Media Ecologist? Extensions of and Advances on McLuhan. *Explorations in Media Ecology*, v. 15, n.1, 2017, 55-72.
- JOLLS, Tessa. 2022. *Building Resiliency: Media Literacy as a Strategic Defense Strategy for the Transatlantic*. 2022. <https://www.medialit.org/sites/default/files/Building%20Resiliency-Media%20Literacy%20as%20a%20Strategic%20Defense%20Strategy%20for%20the%20Transatlantic%20%28Final%29%20copy.pdf>.
- LIVINGSTONE, Sonia. *What's the best we can expect of media literacy? From protectionism to human rights and flourishing*. 2023. <https://blogs.lse.ac.uk/medialse/2023/12/13/whats-the-best-we-can-expect-of-media-literacy-from-protectionism-to-human-rights-and-flourishing/>.
- LOPEZ, Antonio. *Ecomedia Literacy: Integrating Ecology into Media Education*. London: Routledge, 2021.
- MCDUGALL, Julian; REGA, Isabella. Beyond Solutionism: 'Differently Motivating Media Literacy.' *Media and Communication*, v. 10, n. 4, 2022, 267-276.
- MCLUHAN, Marshall. *Understanding media: The extensions of man*. New York, NY: Gingko Press, 2003 (Edición en español: *Comprender los medios*, 1996).
- MELKI, Jad. *Media Literacy of the Oppressed: An Emancipatory Pedagogy for/with the Marginalized*. London: Routledge, 2024.
- NATALE, Simone. *Deceitful Media: Artificial Intelligence and Social Life after the Turing Test*. Oxford: Oxford University Press, 2021.
- NYSTROM, Christine L. (1973). *Toward a science of media ecology: The formulation of integrated conceptual paradigms for the study of human communication systems* (Doctoral dissertation). New York University, New York, NY: 1973.
- PASTA, Stefano; ZOLETTI, Davide. Postdigital Intercultures. *Schole: Rivista di educazione e studi culturali*, v. 2, n. 23, 2023, LXI.
- POTTER, James; MCDUGALL, Julian. *Digital Media, Culture and Education Theorising Third Space Literacies*. London: Palgrave, 2016.
- REGA, Isabella; MCDUGALL, Julian. *Dual Netizenship*. 2022. <https://dualnetizenshiptransferableprinciples.wordpress.com/>.

SCOLARI, Carlos. Evolution of the media: map of a discipline under construction. A review. *Profesional de la información*, v. 31, n. 2, 2022, e310217.

SEAVER, Nick. Algorithms as culture: Some tactics for the ethnography of algorithmic systems. *Big Data & Society*, v. 4, n. 2, 2017.

SHARMA, Sarah; SINGH, Rianka. *Re-Understanding Media: Feminist Extensions of Marshall McLuhan*. Durham: Duke University Press, 2022.

UK GOVERNMENT: Department for Science, Innovation and Technology / Department for Digital, Culture, Media & Sport: *Online Media Lit Strategy*. 2021.

<https://www.gov.uk/government/publications/online-media-literacy-strategy>.

Julian McDougall - Universidade de Bournemouth

É professor de Mídia e Educação, membro principal da Advance HE, líder do programa de Doutorado Profissional (Ed D) em Educação Criativa e Midiática da Universidade de Bournemouth, co-editor do *Journal of Media Literacy Education* e da *Routledge Research* em *Media Literacy and Education* e presidente da *Media and Information Literacy Alliance*.

Julia Weiss - Universidade de Bournemouth

É assistente de pesquisa de pós-graduação na Universidade de Bournemouth, onde fez mestrado em Mídia e Comunicação. Sua pesquisa se concentra em plataformas on-line no contexto de alfabetização, sexualidade, gênero e bem-estar.