



## **Cultura visual, digital e mediática: Imagens entre gerações**

**Ana Pérez-Escoda, Maria José Brites e Inês Amaral**

O contexto social marcado pela cultura de convergência mediática, em conjunto com a proliferação dos dispositivos digitais ligados à internet e a sua penetração junto da população conferiram relevância, mais do que nunca, à cultura mediática e visual. Meios digitais e imagens conduziram aos estudos das práticas de consumidores e produtores de imagens, de acordo com os aspetos sociais e os contextos culturais inerentes, dando lugar a um novo ecossistema cultural (Buckingham, 2003; Koltay, 2011).

Surge, assim, um novo conceito de alfabetização em torno do digital e das práticas que se geram espontaneamente, a partir dos usos dos dispositivos, cuja penetração massiva entre os indivíduos de todas as idades não dá margem para dúvidas (Pérez-Escoda, 2017). Os dados mais recentes sobre redes sociais com maior percentagem de crescimento de usuários mensurados a nível mundial, de 2017 a 2018, foram as redes sociais baseadas na imagem: Pinterest e Instagram, com um crescimento de 33% (Statista, 2019a). Estes dados são reforçados pelo crescimento do número de usuários do Instagram no qual em janeiro de 2019 tinha 500 milhões de usuários ativos (Statista, 2019b).

O enfoque multidisciplinar da educação mediática e digital adiciona-se à questão intergeracional. Estas são as ideias de partida deste número especial, que pretende aprofundar o eixo temático de que a alfabetização mediática ocorre em condições diferenciadas, caracterizadas por competências culturais distintas (mediáticas e digitais) e entre gerações, como cidadãos analógicos e digitais, emigrantes e nativos digitais (Buckingham, 2008; Jenkins, 2014). Desde os retratos de família às *selfies* captadas pelos nossos telemóveis, das telenovelas e séries televisivas às redes sociais, são cada vez mais as imagens que consumimos e produzimos, a partir de uma diversidade de experiências e de memórias, de uma multiplicidade de estilos de vida e de usos dos media, que merecem ser repensados a partir da ideia de geração.

A relevância da imagem nas nossas sociedades tornou-se o elemento primordial, a partir do qual os jovens moldam as suas identidades em redes que procuram membros em grupos, ideias e culturas (McDougall, Readman, & Wilkinson, 2018). O tecido social é formado a partir de redes desenhadas em ambientes virtuais e alimentadas por utilizadores ligados entre si que fornecem conteúdo visual como testemunho de sua geração (Amaral, & Brites, 2019; Ponte, 2013). As possibilidades que o ambiente digital oferece vão além dessas associações que sempre ocorreram entre gerações, os meios digitais entrelaçam-se uns com os outros, conectam-se espontaneamente e continuamente, tecendo uma cultura visual intergeracional nunca anteriormente desenvolvida (Bolin, & Skogerbø, 2013; Ponte, 2013).

Esta abordagem cultural participativa e convergente é marcada por uma componente visual sem precedentes, não só de imagens estáticas, mas de vídeo e este é o ponto de partida em que esta questão é apresentada para oferecer uma série de artigos académicos de modo a apresentar resultados significativos a este campo de investigação.

Em primeiro lugar, pode ver-se o artigo “Produção mediática em sala de aula – desafio ou oportunidade pedagógica?”. Ana F. Oliveira apresenta resultados de uma investigação em escola relativa a hábitos e práticas criativas com os media por parte de professores e de alunos. Privilegiou os contextos de sala de aula e de questionamento do uso dos media. Verificou hábitos de criação, produção e participação reduzidos nesta articulação com os usos dos media em contexto educativo.

Com enfoque no âmbito visual, Constança Babo e Michel de Oliveira Silva apresentam investigações que se centram no uso da fotografia. No primeiro caso, Constança Babo propõe um ensaio, “A cabine fotográfica e as gerações tecnológicas”, no qual pensa a cabine fotográfica, como artefacto que atravessa diferentes gerações e suscita um interesse renovado nos diferentes públicos. Neste contexto, o *photobooth* revela-se como decisivo na criação de autorretrato, a autora questiona “o lugar do autorretrato do *photobooth* perante as novas gerações, humanas e tecnológicas”. Já Michel de Oliveira Silva apresenta uma proposta, “Papéis de mulher: narrativa e silenciamento na fotografia doméstica”, que incide sobre a relação entre fotografia e saudade, com um olhar sobre memórias, álbuns de família e ambivalências entre a exposição dessas memórias ao público digital ou a sua manutenção no espaço familiar, onde têm relevância emocional.

Com uma perspetiva mais focada na transformação social, o artigo de Diego Martín Muñoz e Luis Miguel Pedrero, “Los eSports: origen, evolución y tendencias”, apresentam uma abordagem ao fenómeno dos eSports, como uma representação cultural da transformação que a interação e a comunicação estão a sofrer nas nossas sociedades.



O texto é uma análise descritiva do contexto tecnológico em que emergiram os videojogos eletrónicos e como a evolução da sua narrativa e usabilidade mudou sua natureza individual para um aporte social, com projeção crescente para nível desportivo, económico, educativo e cultural. Este artigo descreve as principais características deste produto cultural tão emblemático da mudança promovida pelo ambiente digital contemporâneo, bem como os desafios e desconhecidos colocados pela sua evolução. Já as contribuições do artigo “Portrayal of Life Stages on Swedish Municipal Media: A Life Course Perspective”, do autor Wequian Xu, focará em retratos visuais de cidadãos em uma fase específica da vida (primeira infância, infância, adolescência, maioridade e velhice) nos novos media de municípios suecos. Este artigo pretende responder à forma como um município constrói o retrato visual dos cidadãos em diferentes fases da vida e quais os retratos mediáticos de idosos foram produzidos na perspetiva de um percurso de vida. Este artigo revela que o município promoveu diversidade e inclusão (incluindo etária), com dois objetivos vitais de comunicação, assim como fez uso de uma técnica de agrupamento em fases da vida para análise das audiências.

Com uma perspetiva mais empírica e metodológica, Delali Dovie apresenta um estudo sobre a influência dos media sociais e dos efeitos das imagens na cultura de socialização digital e na mudança de estilo de vida, ou seja, o aprimoramento e/ou transformação da imagem corporal que produz “corpos idealizados” focados na aceitabilidade na sociedade. Os resultados demonstram uma lacuna geracional no uso de plataformas de media sociais e, conseqüentemente, na dimensão de socialização.

Abordando o conceito de “geração selfie”, Fiona Andreallo desenvolveu um estudo interdisciplinar que procura compreender de que forma este tipo específico de fotografia pode sugerir uma transformação das relações sociais quotidianas. A autora defende que a “geração selfie” promove uma transformação dos espaços culturais visuais, considerando que estas performances fotográficas fornecem um meio através do qual observar o olhar da *selfie* inclui uma nova configuração dos espaços de intimidade e agência.

## Referências bibliográficas

Amaral, I. & Brites, M.J. (2019). Trends on the digital uses and generations. *Proceedings of INTED2019 Conference 11th-13th March 2019*. DOI: 10.21125/inted.2019.1272

Bolin, G., & Skogerbø, E. (2013). Age, generation and the media. *Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook*, 11(1), 3-14.

Buckingham, D. (2003). *Media education: Literacy, learning and contemporary culture*. Cambridge: Polity Press.

Buckingham, D. (2008). *Youth, Identity, and Digital Media*. *Digital Media* (pp. 143–164). Cambridge, MA: MIT Press.

Jenkins, H. (2014). Rethinking Convergence Culture. *Cultural Studies*, vol. 28(2), 267-297. DOI: 10.1080/09502386.2013.801579

Koltay, T. (2011). The media and the literacies: media literacy, information literacy, digital literacy. *Media, Culture & Society*, 33(2), 211–221. <https://doi.org/10.1177/0163443710393382>

McDougall, J., Readman, M., & Wilkinson, P. (2018). The uses of (digital) literacy. *Learning, Media and Technology*, 43(3). <https://doi.org/10.1080/17439884.2018.1462206>

Pérez Escoda, A. (2017). *Alfabetización mediática, TIC y competencias digitales*. Barcelona: UOC.

Ponte, C. (2013). Generational Use of New Media. *European Journal of Communication*, 28(3), 338–342. <https://doi.org/10.1177/0267323113476990d>

**Ana Pérez Escoda** é Doutora em Educação especializada em Alfabetização digital y competencias digitales. Profesora de la Universidad Antonio Nebrija en la Facultad de Comunicación. Es Editora Adjunta de la Revista Comunicar (publicación situada en el primer cuartil de JCR y SCOPUS) y de la Revista Sophia. Es profesora colaboradora en el Programa de doctorado en Comunicación interuniversitario de la Universidad de Huelva. Ha sido profesora colaboradora y conferenciante invitada en diferentes universidades como UNIR (España), Corporación Universitaria Americana (Barranquilla), Universidade Lusófona (Oporto), Near East University (Chipre), Universidade do Minho (Braga) y UPSA (España). Investigadora activa en el ámbito de la alfabetización mediática y digital pertenece a diferentes grupos nacionales e internacionales de investigadores como ALFAMED, Red Internacional Interuniversitaria de Investigación en Alfabetización Mediática o ELN, Red Europea de Investigación en Alfabetización.

✉ [aperezes@nebrija.es](mailto:aperezes@nebrija.es)

**Maria José Brites** é Doutora em Estudos dos media e do jornalismo. É Professora Associada na Universidade Lusófona do Porto e investigadora do CICANT. Coordena o projeto “Centros educativos com competências digitais e cívicas” – DiCi-Educa (Cofinanciamento Fundação Calouste Gulbenkian). Foi coordenadora portuguesa dos projetos RadioActive Europe (531245-LLP-1-2012-1-UK-KA3-KA3) e Media in Action (LC-00644630). Doutorou-se na Universidade Nova de Lisboa (2013) e realizou pós-doutoramento na Universidade do Minho (2014-2017), em



ambos os casos com bolsa da Fundação para a Ciência e Tecnologia. Os interesses de pesquisa incluem áreas como os estudos da juventude, jornalismo e participação, estudos de audiências, literacia para as notícias e literacia cívica. Neste âmbito, dinamiza o blogue ANLiteMedia.

✉ [britesmariajose@gmail.com](mailto:britesmariajose@gmail.com)

**Inês Amaral** é Doutora em Ciências da Comunicação. É Professora Associada da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra e investigadora no Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho. Atualmente integra o projeto DecoDeM – (Des)Codificar Masculinidades: para uma melhor compreensão do papel dos media na construção de perceções de masculinidades em Portugal (PTDC/COM-CSS/31740/2017). É membro de duas ações do COST: CA15122 Reducing Old-Age Social Exclusion: Collaborations in Research and Policy (enquanto MC Substitute) e CA17135 - Constitution-making and deliberative democracy. Tem desenvolvido investigação sobre sociabilidades nas redes sociais digitais, literacia mediática e digital, tecnologias e envelhecimento ativo, audiências e consumos mediáticos na era digital. É co-fundadora da Associação Portuguesa de Formação e Ensino a Distância. Integra o Observatório do Ciberjornalismo, o Observatório Media, Informação e Literacia, e o NIP-C@M. É cocordenadora do grupo Civic Tech da APDSI.

✉ [inesamaral@gmail.com](mailto:inesamaral@gmail.com)