



# Literacias dos Novos Media

O novo panorama dos media: Modos de comunicação - da comunicação interpessoal à comunicação em rede

Coordenação: Prof. Rita Espanha

Docente: Tiago Lapa (tjfls1@iscte.pt)

Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da  
Informação

2º Semestre 2011/2012

**ISCTE**  **IUL**  
**Instituto Universitário de Lisboa**

# Modelos de comunicação

- As sociedades são caracterizadas por modelos de comunicação e não apenas por modelos informacionais (Wolton, 2000; Colombo, 1993; Castells, 2006; Cardoso, 2006).

# A evolução dos modelos

- Novo modelo: um quarto modelo a acrescentar a três precedentes.
- Cronologicamente ordenados em termos de ciclos de afirmação social (Ortoleva, 2004).

# Comunicação Interpessoal

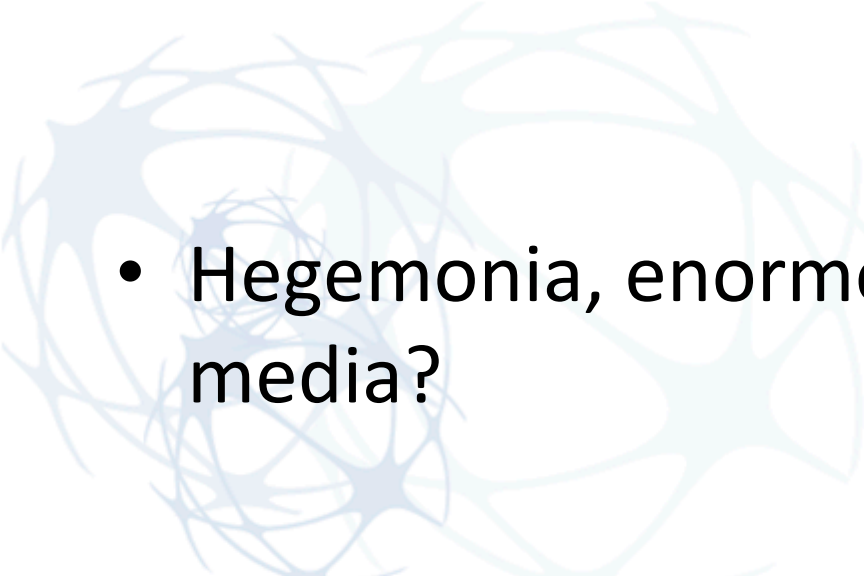
- Troca bidireccional entre duas ou mais pessoas dentro de um grupo.
- Sobre esta temática: teoria transaccional da comunicação; interaccionismo simbólico; Goffman.

# Segundo Modelo: “Um-para-muitos”

- Envio de uma mensagem a um grupo limitado de pessoas (oralidade, escrita)
- Os detentores do saber
- Evoluções diferenciadas das literacias entre sociedades (católicas/ protestantes)

# Comunicação em massa

- Tecnologias específicas de mediação (cinema, rádio, televisão)
- Forjamento da noção de massa e audiência, cuja dimensão se desconhece, sem estar previamente delimitada (Thompson, 1995)
- A massa como amalgamento acrítico?

- 
- Hegemonia, enorme poder simbólico dos media?
  - Efeitos? Poderosos, indirectos e limitados...
  - Feedback: media estruturantes e estruturados em campo, sujeitos à influência dos actores e das práticas.



# Reflexividade social

- Fluxos comunicacionais complexos: Duas ou mais etapas (Lazarsfeld, Katz)
- Diferenciação das audiências, reconhecimento de diferentes competências, também em termos de literacia
- Dupla hermenêutica (Giddens, 1984)

# Comunicação em rede

- Forças indutoras de mudança
  - 1) Globalização comunicacional
  - 2) Articulação em rede entre media de massa e media interpessoais: mediação em rede.
  - 3) Organização de usos e a ligação em rede: ligadas aos diferentes graus de interactividade disponibilizados.

# Paradigmas comunicacionais

- Balizam o que um determinado sistema dos media será
- Balizam também as possibilidades de desenvolvimento de competências em termos de literacia

# “Mediascape” em rede

- Importância da imagem em movimento
- Uma cultura específica dos media (cinema, rádio, das TICs)
- Alterações nos modelos de notícias e de entretenimento
- Novas dinâmicas de acessibilidade à informação (problema da sobre-informação)
- Novos papéis de inovação entregues aos utilizadores

# Maior envolvimento

- Possibilidade de maior envolvimento das audiências (conteúdos gerados pelas “audiências”)
- Diferentes modelos de notícias e entretenimento para diferentes audiências
- Apagar de fronteiras entre géneros tradicionais

# Novas abordagens a valores sociais

- Privacidade
- Reserva
- Alterações nos domínios do tempo, do espaço e da ética
- Reflectidos nos modos como as histórias são contadas e os roteiros escritos

# As dimensões e relações dos diferentes media

- Domesticação e transformação da mediação (Silverstone, 2006)
- Dietas dos media (Colombo & Aroldi, 2003)
- Matrizes dos media (Meyrovitz, 1985)
- Sistema dos media (Ortoleva, 2004)

# Diferentes realidades mediáticas

- Articulação em rede ou convergência?
- Recolocação do utilizador, as suas práticas e as literacias de que necessita, no centro da análise (Cardoso, 2007, 2008)



# Duas redes centrais

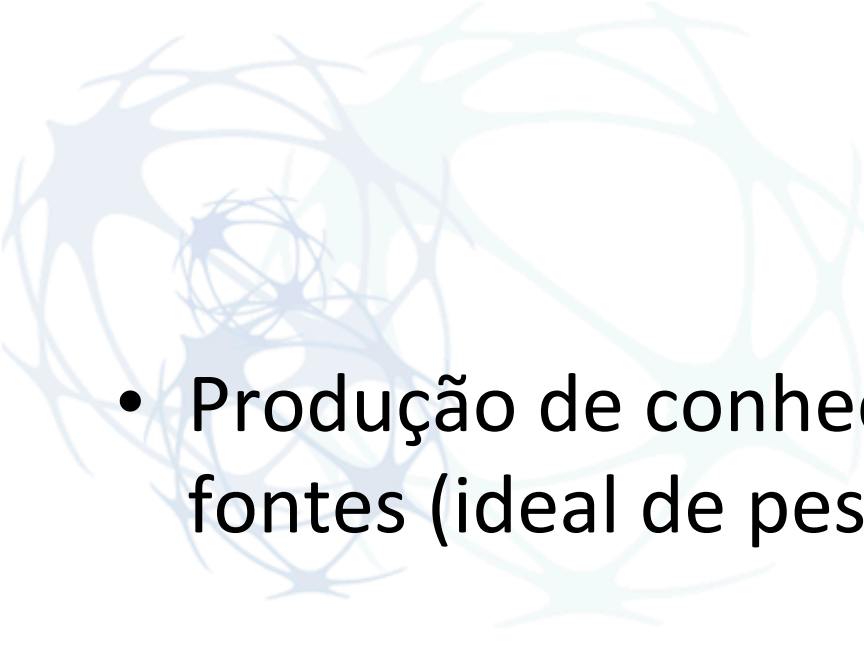
- A televisão – exercício de baixa interactividade
- A Internet – busca de alta interactividade
- Interligação das restantes tecnologias a essas redes.

# Novo panorama mediático

- A comunicação em rede, que interliga entre si vários modelos comunicacionais.

# Informação em vez de notícias

- “Cidadão informado” – deixou de assentar na leitura
- Picard (2006): cinco grandes tendências: Abundância de oferta; fragmentação do consumo; desenvolvimento de portefólios de produtos diversificados; perda de importância das empresas de media; mudança no equilíbrio de poder entre produtores e consumidores.

- 
- Produção de conhecimento através de várias fontes (ideal de pessoa informada)

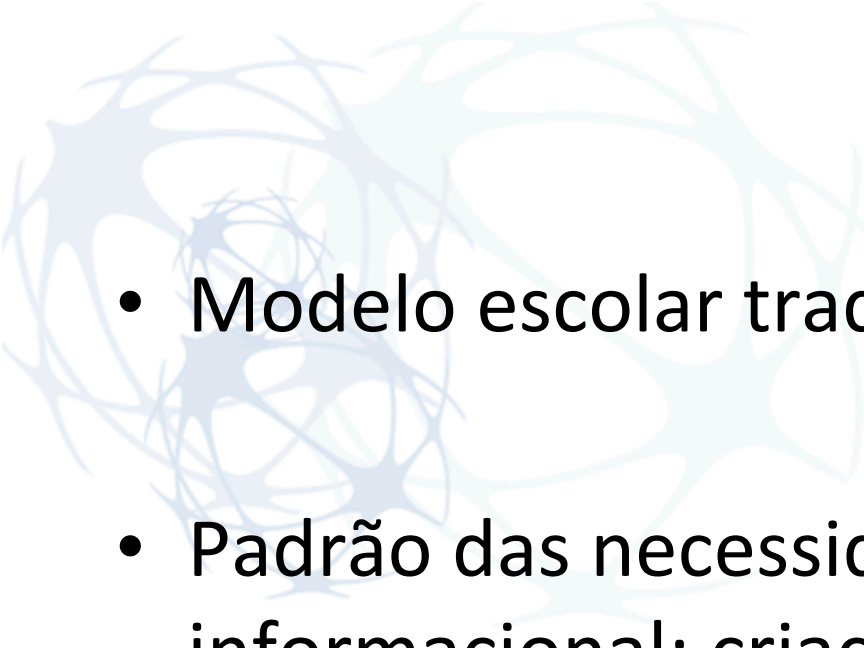
# Inovação incremental

- Inovação na infraestrutura como antecipação dos conteúdos
- Problemas de introdução de tecnologias que se anteciparam aos conteúdos

# Cidadania e mediação

- Géneros predominantes e modos de representação (notícias, talk shows, telenovelas, etc.)
- Formas de expressão da dimensão singular de cada indivíduo

- Dificuldade de traçar rumos (desafios aos gatekeepers)
- Mediação entre actores: pressupõe que sejamos literatos.
- Modos de compreensão: desde as novelas às notícias, para enviar SMS, e-mails, etc
- Literacias para contribuir na disseminação, inovação e aplicação do conhecimento

- 
- Modelo escolar tradicional
  - Padrão das necessidades de uma sociedade informacional: criação de valor através do conhecimento
  - Mesmas ferramentas de participação cívica e de criação de riqueza



# Utilizadores como distribuidores



# Conceito de literacia na Sociedade em rede

- Problematização do conceito de “literacia”: conceito incerto, ou pelo menos mais complexo nas sociedades em rede.
- Designação plural de “literacias”.

# Representações da literacia

- Visões diferenciadas sobre o valor social das diferentes literacias.

# Impactos

- Nas relações geracionais,
- na definição de políticas públicas,
- na redefinição de currículos escolares
- no exercício da cidadania
- na reflexividade dos indivíduos (nas suas práticas de consumo, nas suas opções de vida, na relação com o mercado de trabalho, formação, etc.)

# Cultura mediática contemporânea

- Novas armas aos consumidores de media para os problematizar e os transformar?
- Cidadão-jornalista versus jornalista-cidadão
- Crise de legitimidade dos tradicionais produtores de conteúdos?