

# Media Literacy: competências midiáticas para uma sociedade midiaticizada



*Luís Mauro Sá Martino*

*Doutor em Ciências Sociais (PUC-SP)  
Professor de Graduação e Pós-graduação  
em Comunicação da Faculdade Cáspier Líbero  
E-mail: lmsamartino@gmail.com*

*José Eugenio de O. Menezes*

*Doutor em Ciências da Comunicação (ECA-USP)  
Professor de Graduação e Pós-graduação  
em Comunicação da Faculdade Cáspier Líbero  
E-mail: jeomenezes@casperlibero.edu.br*

**Resumo:** O texto aborda os usos das noções de “media” e de “literacy” a partir da Aula Inaugural sobre o tema *Beyond and after Media Literacy: media competence building civil society*, proferida por Thomas Bauer (Universidade de Viena) na Pós-Graduação da Faculdade Cáspier Líbero em 23 de fevereiro de 2012. Considera que viver em uma sociedade midiática demanda o domínio de competências para a participação e o reconhecimento do *modus operandi* do espaço social no qual as mediações simbólicas acontecem *na* e *a partir* da comunicação. **Palavras-chave:** comunicação, media literacy, ambientes, competências midiáticas, processos midiáticos.

*Media Literacy: competencias mediáticas para una sociedad mediaticizada*

**Resumen:** Este artículo aborda los usos de las nociones de “medios” e “literacy” a partir de la aula inaugural *Beyond and after Media Literacy: media competence building civil society*, proferida por Thomas Bauer (Universidad de Viena) en el Posgrado de la Facultad Casper Líbero el 23 de febrero de 2012. Considera que vivir en una sociedad mediática exige el dominio de habilidades para la participación y el reconocimiento del *modus operandi* del espacio social en que las mediaciones simbólicas tienen lugar *en la y a partir* de la comunicación, pensada como un proceso articulado en el conjunto de las prácticas relacionales.

**Palabras clave:** comunicación, alfabetización mediática, ambientes, habilidades mediáticas, procesos mediáticos.

*Media Literacy: media skills to a mediaticized society*

**Abstract:** The paper discusses the notions of ‘media literacy’ and ‘mediatization’, as explained by Professor Thomas Bauer, from the University of Vienna, in his keynote address ‘Beyond and after Media Literacy: media competence building civil society’ delivered at Graduate Program of Casper Líbero. This paper discusses some of Bauer’s main arguments, addressing particularly the need of having media skills to live in a mediaticized society. These skills may only be acquired by the recognition of the *modus operandi* of the media in a symbolically mediated social space – the ‘media literacy’ as Prof. Bauer understands it.

**Keywords:** communication, media literacy, environments, media competence, media processes.

Uma maneira de iniciar a discussão sobre o assunto deste texto é trabalhar as próprias diferenças de nomenclatura e conceituação referentes ao tema: o que significa, exatamente, *media literacy*? O uso do termo em inglês poderia evocar, de saída, algum tipo de esnobismo intelectual, reforçado por certo desejo de hermetismo ao não traduzir a expressão para a língua portuguesa, sobretudo quando é sabido que ambos os termos, efetivamente, tradução para o idioma. No entanto, não se trata disso, mas de verificar as possibilidades e limites conceituais de uma expressão que encontra, em sua tradução, uma considerável gama de possibilidades decorrente da imprecisão conceitual de suas propriedades. A preocupação com sua conceituação e a questão de uma tradução - seria o caso de dizer “adaptação?” - para o português, portanto, não prescinde de um exame um pouco mais detalhado. Se, como lembram Deleuze e Guattari (2000), os conceitos são formas discursivas responsáveis por organizar o campo da experiência, tor-

na-se importante verificar de que maneira o conceito de *media literacy* pode efetivamente contribuir para a compreensão de algumas questões da área de Comunicação.

*... a perspectiva de compreender “mídia” como sendo os meios de comunicação não está distante na maneira como Thomas Bauer aborda a media literacy*

A polissemia dos termos vinculados ao campo semântico da comunicação parece ser um problema quando se procura estabelecer definições e limites. A busca das raízes na etimologia, tanto quanto uma arqueologia dos termos – da qual aparentemente não pode ser separada – em certos aspectos fornece os parâmetros tanto para a confecção de conceitos específicos quanto para o reforço das indeterminações de significado. Ao se procurar uma definição, em alguns casos, opta-se pelo uso consagrado dentro dos cânones da área – ou seria de algum modo mais prudente dizer dentro de algum dos cânones, tendo em vista que o significado atribuído a conceitos e noções deriva, ao menos parcialmente, do pólo discursivo a partir do qual se está observando a definição.

Nesse sentido, é necessário talvez buscar a compreensão dessa expressão não em termos de uma tradução de dicionário, mas buscar compreender, ainda que em termos parciais, como elas se relacionam com a teia de conceitos nos estudos de comunicação.

#### **A polissemia dos termos e o uso dos conceitos**

“Media” é traduzido, em termos mais fonéticos do que propriamente acadêmicos, como “mídia” - forma predominantemente

brasileira, uma vez que nos livros lusitanos, lembra Marcondes Filho (2008), o formato “os media” ou mesmo “os médias” é utilizado, lembrando com coerência as origens latinas da palavra como plural de “médium”, meio. Nesse sentido, não haveria muitas razões para uma demora prolongada a respeito desse termo. É possível argumentar, sem dúvida, que a noção de “mídia” não é objeto de consenso acadêmico, e os usos da expressão variam desde uma perspectiva abrangente buscando diferenciar os diversos tipos de elementos que atuam como “mídia” no processo de comunicação, como a adotada, por exemplo, por Harry Pross (1972) e Norval Baitello (2005 e 2010), até uma noção mais restrita, vinculada ao que se denominaria, em outros tempos, “imprensa” e “meios de massa”, aos quais se somaria a internet e seus vários ambientes.

Ao estudar a noção de “mídia” em seu sentido mais amplo, Pross investiga a comunicação a partir dos gestos, odores, sons e movimentos dos corpos vinculados presencialmente (meios primários), passa pelo uso de um aparato – como as pinturas rupestres e a escrita - por parte de um dos protagonistas dos processos de comunicação (meios secundários) e chega aos processos nos quais os protagonistas atuam antes e depois dos equipamentos eletrônicos (meios terciários), considerando que toda comunicação começa e termina no corpo (Baitello *in* Marcondes, 2009; Contrera *in* Marcondes 2009; Menezes, 2007).

Por outro lado, considerando que as teorias da comunicação são diferentes formas – muitas vezes complementares - de se compreender os mesmos fenômenos da comunicação, os estudos britânicos e norte-americanos sobre “media studies” cobrem uma gama que inclui o estudo propriamente dito dos meios de comunicação (*media theory*) e também os discursos nos quais estão inseridos e por eles circulam, pensando em termos mais próximos de Stuart Hall (1981), Douglas Kellner (1995) e Lúcia Santaella (1996).

Como salienta Raymond Williams em *Keywords* (2003), o conceito de “mídia” (em sua forma inglesa *media*) está nas vizinhanças teóricas de “intermediação”, mas com um significado fortemente atraído pelo espaço das práticas judiciais, nas quais a “mediação” era o estabelecimento de uma interlocução entre os contendores. É nesse sentido que o “medium”, enquanto “meio”, (re)estabelecia o contato entre as partes. Essa definição não está necessariamente distante da concepção moderna, sobretudo quando se pensa que a “mídia” efetivamente estabelece relações entre indivíduos, colocando em contato elementos até então separados. Neste contexto, a palavra “relação” é talvez carregada de significados outros, mais profundos, ligados às perspectivas dialógicas de Viktor Frankl ou Martin Buber.

É possível dizer, de maneira geral, que a perspectiva de compreender “mídia” como sendo os meios de comunicação não está distante, em primeira instância, na maneira como Thomas Bauer aborda a *media literacy*. Esta segunda palavra, no entanto, parece ser ainda mais problemática em sua conceituação.

A noção de “literacy” costuma ser traduzida como “alfabetização” - essa é, por exemplo, a escolha de Décio Pignatari em sua recriação de *Understanding Media*, de McLuhan, vertido como “Os meios de comunicação como extensões do homem” (1974). No entanto, pode-se observar que em português a noção de “alfabetização” refere-se ao contato com o alfabeto, sobretudo no ambiente escolar, a partir do qual se inicia o domínio da língua escrita. Essa concepção, de alguma maneira, remete para o universo de um entendimento ainda inicial e elementar, o que não necessariamente se entende dentro do universo da “*media literacy*”. Outra opção de tradução refere-se à “literacy” como “letramento”, o que de alguma maneira mantém o problema da referência à escrita.

A aproximação, no entanto, não deixa de estar correta quando pensa na escrita como

uma tecnologia de comunicação - em outras palavras, como uma mídia, e vale a pena, nesse sentido, lembrar brevemente três explorações nessa direção que podem contribuir para aclarar o significado dessa expressão.

Em seu clássico *A galáxia de Gutenberg*, McLuhan (1967) argumenta longamente sobre o impacto da tipografia nas formas de percepção dos seres humanos, sobretudo propondo que a cultura do “homem tipográfico”, centrada nas letras e na leitura, teria contribuído para uma espécie de afrouxamento da ligação entre os sentidos e as percepções na medida em que as tecnologias da escrita, na maneira como se configuram a partir da invenção da prensa e com a conseqüente expansão da leitura, privilegiam a visão como órgão do sentido destinado a estabelecer o contato com a mensagem (Menezes, 1999).

De maneira menos literária que McLuhan, e sem sua repercussão midiática, *Orality and literacy*, de Walter Ong (1982), faz um estudo minucioso da relação entre as mudanças tecnológicas e o uso dos sentidos e das percepções humanas, referindo-se sobretudo ao modo como as transformações de culturas predominantemente orais, como as que existiam na Europa pré-Gutenberg, demandavam uma maior interação entre os órgãos da percepção, que, com a expansão e hegemonia da escrita como forma consagrada de transmissão de mensagens, passa a demandar novas capacidades de atenção e concentração em um único aspecto da comunicação.

Endereçando suas pesquisas especialmente às mídias eletrônicas, Joshua Meyrowitz (1986) destaca, em *No sense of place*, de que maneira os usos das tecnologias digitais poderiam alterar não apenas o relacionamento entre os indivíduos, mas também com o ambiente ao seu redor, modificando as noções de “presença”, “ausência” e “distância”. O próprio espaço, nessa perspectiva, torna-se uma concepção derivada das articulações midiáticas levadas a efeito pelos indivíduos, comunidades e grupos em suas práticas cotidianas. A

compreensão desses meios altera os modos de percepção exigidos até agora pelas formas de cultura “letrada” - e seria possível argumentar, seguindo o raciocínio de Thompson (1995), que a emergência da modernidade se dá a partir da constituição progressiva de formas de mídia, da tipografia aos meios eletrônicos, como formas de intermediação das ações humanas, prefigurando a emergência do que Muniz Sodré (2002) chama de *bios* ou vida midiaticizada característica da chamada modernidade tardia do início do século 21.

Nesse contexto, o processo de alfabetização, ou a aquisição das primeiras letras pela criança, não deixa de ser uma forma de preparação para a articulação com uma mídia na constituição de um novo ambiente de comunicação. Nesse aspecto, o emprego da palavra “articulação” no período anterior não é desprovido de um ponto de vista: a perspectiva é muito mais de interação do que de um “uso” propriamente dito, no sentido oposto a uma visão instrumental de “media” como ferramenta para transmissão de mensagens.

Pensado dessa maneira, o conceito de “literacy”, mesmo se interpretado em uma concepção relativamente fechada, como “letramento”, não deixa de manifestar, nessa perspectiva, sua importância para pensar as articulações do humano com as tecnologias.

### Ambiente midiático e contexto cultural

A reunião dos termos *media* e *literacy* poderia ser entendida dentro de duas perspectivas contrastantes conforme a tradução que se proponha.

Uma primeira perspectiva seria a tradução direta como “alfabetização para os meios”. Em que pese os elementos apontados nos parágrafos anteriores, essa noção parece implicar, necessariamente, que o indivíduo seja “alfabetizado” para *receber* uma mensagem que virá *dos* meios de comunicação *para* um receptor; mais do que isso, sugere uma postura redutora no sentido de preparar o indivíduo para lidar com os meios de comunicação em um sentido instrumental,

vendo-os como uma ferramenta a ser utilizada – quando não, como uma ameaça potencial. O mesmo se aplicaria à “educação para os meios” ou “educação para a mídia”. Em todos esses casos, desenha-se no horizonte uma postura que privilegia o uso instrumental dos meios de comunicação.

Uma outra perspectiva, não livre de críticas mas que pode se apresentar como mais propositiva, é a compreensão de *media literacy* como “competência midiática”, proposta por Ferrés e Pistolli (2012). A noção de “competência” é tomada aqui em um sentido mais próximo do desenvolvimento de articulações entre indivíduo e meios de comunicação para – seria o caso de falar de uma “educação dos sentidos”, com significado o mais amplo possível – uma meta-compreensão dessas articulações. Entende-se, dessa maneira, o processo como reflexivo e auto-reflexivo, pensando a mídia como *parte* do contexto do indivíduo, apto a encontrar trilhas para a compreensão do ambiente no qual está inserido, com o qual se relaciona dialética, complexa e contraditoriamente. Nesse caso, seria possível até mesmo entender *media literacy* como a competência para ação e reflexão no ambiente midiático – no caso, midiaticizado – a partir da construção de relações com seu modo de ser específico. Isso leva em conta fatores sociais, econômicos e culturais no qual indivíduo, coletividade, instituições e meios de comunicação estão envolvidos e interligados de maneira orgânica, não instrumental – não se “usa” a mídia como não se “usa” a escola ou a família. Quando esse tipo de uso acontece percebe-se estar nas fronteiras do que Habermas (1987) denomina a “colonização” do “mundo da vida” pelo “sistema” e consequente estabelecimento de relações sociais não necessariamente comunicativas, mas burocratizadas – algo que, em termos diferentes e sob um ponto de vista diverso, Adorno (2009) denominaria uma geração antes como a “vida administrada”.

A noção de competência midiática, nesse caso, apontaria para essa direção crítica de um ambiente midiático no qual as mídias

– um plural etimologicamente incorreto, note-se – se articulam com as experiências do “mundo da vida” vinculando-se a outras dimensões mas sem, de modo algum, perder de vista a singularidade múltipla de cada existência. Ao que tudo indica, esta segunda dimensão de *media literacy* é ao mesmo tempo mais trabalhosa, no sentido de que é construída a longo prazo a partir de uma contínua reflexão, e mais adequada aos processos de comunicação nos quais o indivíduo está inserido. É também a partir dessa perspectiva que é possível pontuar algumas das propostas de Thomas Bauer.

Bauer (2011, 2012) delinea a noção de “comunicação” e *media literacy* tomando como ponto de partida a onipresença da comunicação dentro dos espaços sociais contemporâneos, em uma perspectiva desenvolvida por vários autores. No entanto, procura diferenciar o que é uma simples presença, entendida como a existência do instrumento físico da mídia – pense-se, por exemplo, nas televisões, nos circuitos internos de vídeos e nas diversas telas espalhadas nos ambientes mais inesperados, como recorda Beatriz Furtado (2003), parte do que Perez Tornero (2008) denomina uma “sociedade multite-las” – da efetiva participação dessas mídias no cotidiano dos indivíduos.

A presença, por si, poderia evidentemente ser responsável por algum tipo de alteração, mas a *media literacy*, na proposta de Bauer, parece observar a maneira como esses dispositivos midiáticos *ganham sentido* a partir de sua inserção na vida cotidiana. Não existe um processo de comunicação, neste caso, que não esteja vinculado a algum tipo de mídia; no entanto, é preciso desvincular o que se imagina como uso “natural” da mídia – a simples utilização desprovida de maiores reflexões – do que efetivamente acontece, isto é, a elaboração de sentidos no processo de comunicação pontuado pela apropriação das mídias.

A sociedade, para Bauer, não permite mais a separação de sentidos, discursos e práticas dentro de compartimentos sem contato. No

plano epistemológico, isso não significa a eliminação de fronteiras ou categorias de análise, mas parece implicar no desenvolvimento de sensibilidades que levem em conta as mu-



*Não existe um processo de comunicação sem vínculo com algum tipo de mídia; no entanto, é preciso desvincular o que se imagina como uso “natural” da mídia*

danças nas formas de percepção e apropriação da cultura, bem como de sua produção, que se testemunham na atualidade. Mais do que o desenvolvimento de estratégias para lidar com os meios, a proposta parece caminhar na direção do estabelecimento de outras sensibilidades, modos de percepção e ação dentro da realidade e na relação com os outros – retomando uma divisão clássica kantiana, uma nova forma de cognição não deixa de ter suas relações com o desenvolvimento de uma ética, enquanto razão prática da relação, e com uma estética, pensada em sua raiz como *aesthesis*, os juízos decorrentes da sensibilidade (Martino, 2007).

Desenvolvendo sua reflexão na vizinhança de algumas propostas dos Estudos Culturais britânicos, Bauer também compreende a realidade como um espaço discursivo constituído nas relações sociais, no qual a cultura, portanto, tem uma atuação preponderante. Bauer retoma a perspectiva de que a cultura não existe enquanto estrutura autônoma, desligada de práticas sociais – um “texto” não existe sem o “contexto” – e o exame da cultura não pode prescindir da análise da sociedade em si. Isso não significa, evidentemente, deixar de lado os recortes possíveis na delimitação de objetos de estudo privilegiando o “texto”, algo que implicaria, na melhor das hipóteses, em uma espécie de análise redu-

cionista dos textos a partir de seus contextos de produção. Ao mesmo tempo, isso não implica, por outro lado, que se possa pensar as relações de comunicação como algo separado dos espaços nas quais elas acontecem. É

*Não é possível separar a mídia, entendida em sua dimensão tecnológica, dos processos de comunicação nos quais ela é ao mesmo tempo protagonista e objeto*



essa relação dialética uma das premissas da *media literacy*: trata-se do desenvolvimento de competências não para usar dispositivos midiáticos, mas para compreender o fluxo de sentidos dentro de um ambiente midiático. O processo não é de educação específica para os meios, mas de educação dialógica dos sentidos, das percepções e das práticas para uma sociedade que *inclui os meios* compreendidos, entre outras dimensões, como aparatos técnicos, como produtores/reprodutores de discursos e como mediadores da experiência relacional humana.

Nesse ponto, o desenvolvimento de competências midiáticas, na proposta de *media literacy* de Bauer não se propõe a oferecer o conhecimento técnico de funcionamento e utilização de um meio, mas a situar o indivíduo dentro do ambiente midiático no qual ele está inserido. Isso significa buscar a formação de um repertório que permita a decodificação, apreensão, reconstrução e uso não apenas de mensagens direcionadas, oriundas desta ou daquela mídia, mas de todo um *modus operandi* do espaço social no qual as mediações simbólicas acontecem *na e a partir da* comunicação, pensada como processo articulado ao conjunto das práticas relacionais.

A *media literacy*, no sentido proposto por Bauer, reveste-se assim dos contornos de

uma proposta de apropriação dos meios de comunicação dentro de um contexto educacional não específico para o estudo das mídias, mas as inclui entre seus temas. Não se trata, portanto, de um estudo crítico dos meios de comunicação, mas de pensar criticamente os meios em sua relação com a cultura e, ao mesmo tempo, levar em conta o uso que se faz dessas mídias nas múltiplas dimensões da experiência. Viver em uma sociedade midiática demanda o domínio de competências, em primeiro lugar, para o próprio reconhecimento dessa “cultura da(s) mídia(s)” como o espaço no qual outras instituições e práticas se articulam.

### ● Competências midiáticas

A noção de mídia, para Bauer, tem uma atuação fundamental no desenvolvimento das próprias competências midiáticas. Não é possível separar a mídia, entendida em sua dimensão tecnológica, dos processos de comunicação nos quais ela é ao mesmo tempo protagonista e objeto; as mídias não estão livres de serem ressignificadas nos processos de comunicação, dos quais são parte importante, mas não a única. Os diferentes tipos de mídia, nesse ponto, não apenas criam novos ambientes comunicacionais, mas são também apropriadas de diferentes maneiras e inscrevem-se de maneira diversa nos espaços da sociedade. A formação das competências midiáticas, dessa maneira, é também parte de uma formação para se pensar a sociedade de maneira crítica. Por isso, Bauer (2012) entende que diferentes mídias também requerem formas diversas de se compreender a sociedade. A diferença entre o que denomina “meios de comunicação de massa” (*mass media communication*) e “comunicação mediada de massa” (*media mass communication*), não está apenas nas tecnologias, mas nos modelos de sociedade. As sínteses de cada uma delas seriam representadas, respectivamente, pelo *jornalismo*, como mídia principal de uma sociedade industrial e técnica na qual a Comunicação de Massa era o modelo,

e pelas *redes sociais*, em uma sociedade “pós-industrial” na qual as formas de relacionamento se dão a partir de outras perspectivas. A tabela abaixo sintetiza as duas posições:

Uma das propostas de Bauer para o desenvolvimento de competências midiáticas diz respeito ao uso de duas noções próximas, similares porém distintas, “mídia” e “comu-

**Tabela 01:** Modelos de sociedade e tipos de mídia

<b>Modelo de sociedade industrial-hierárquica: Comunicação de Massa</b>	<b>Além da sociedade industrial: Comunicação interpessoal de massa</b>
<p>Jornalismo: sistema organizacional para a distribuição de informação e notícias, moldando a opinião pública. Estratégia tecnológica e organizacional:</p> <p>(a) Mídia como prática industrial</p> <p>(b) Profissionalismo</p> <p>(c) Atua sobre uma audiência dependente</p> <p>(d) Tem a responsabilidade pelo entendimento mútuo: uso social da mídia</p> <p>(e) Qualidade no contexto de produção; competência no contexto de consumo.</p>	<p>Mídia Social: organismo em rede para o compartilhamento de informações, notícias e significados diversos.</p> <p>(a) Mídia como rede (construção de comunidade)</p> <p>(b) Modo informal, ubíquo e instantâneo de se conectar e se manter conectado</p> <p>(c) Obsolescência do modelo produtor-consumidor</p> <p>(d) Divisão da capacidade/responsabilidade pelo entendimento mútuo.</p> <p>(e) Distribuição social da comunicação em termos de direitos, deveres e responsabilidades.</p>

Fonte: Bauer (2012)

nicação”. Para ele, trata-se de pensar as competências não de maneira estrita, como uma preparação para o uso e compreensão dos “meios” como entidades em si, mas pensá-las em termos de seu relacionamento com os processos de comunicação e, mais ainda, com os ambientes midiáticos nos quais os indivíduos estão inseridos em relação, também, com sua comunidade. É nesse sentido que, para o pesquisador da Universidade de Viena, a compre-

ensão das mídias implica tomá-las como objetos relacionados com a comunicação.

O entendimento das mídias, e da comunicação de maneira geral, como elementos constitutivos de um ambiente é relacionado, por Bauer, a uma perspectiva que denomina de “construtivista”, no sentido de compreender a comunidade humana como as apreensões e reelaborações de uma realidade intersubjetiva mediada por símbo-

los e narrativas. Esse processo, por sua vez, é mediado pelo ambiente social, cultural e simbólico do cotidiano. Nesse sentido, a “midualidade”, como denomina a presença das mídias no cotidiano, não deixa de ser um modo de sociabilidade nas diferentes maneiras de se tomar a realidade dentro de uma perspectiva intersubjetiva; a “construção da realidade”, nesse sentido, é a estruturação dialética de significados comuns aos participantes de uma sociedade mediada pelos símbolos compartilhados. Preparar as competências midiáticas, portanto, é buscar estabelecer conexões entre o indivíduo e essa realidade simbolicamente mediada no qual está inserido.

É possível, nesse ponto, entender a competência midiática como uma forma de ter em mente a advertência de Luiz Costa Lima (1980) sobre o risco de “naturalizar a cultura”, isto é, esquecer que a existência acontece dentro de uma “rede de símbolos” tecida a partir de narrativas e discursos – pensados, sobretudo, como formas de organizar o universo simbólico de maneira a atribuir-lhe um sentido tanto mais forte quanto maior for sua disseminação entre as pessoas – que precisam ser entendidos dentro de perspectivas histórico-sociais.

Nessa perspectiva crítica pode-se compreender o que Bauer (2012) propõe ao entender que as competências midiáticas são um “valor público”: a ética das relações na vida em sociedade depende, em parte considerável, da apreensão cognitiva que é feita da alteridade. Esse discurso, recorda Lima (1980), é o lugar a partir da qual o outro – e a realidade de maneira geral – é inserido em um rol de categorias e classificações que, se por um lado permitem

a entendimento, por outro direcionam esse entendimento para o enquadramento de uma situação a partir, muitas vezes, de pontos de vista pré-determinados (Martino, 2010).

Nesse sentido de um “valor público”, Bauer destaca os principais aspectos para o desenvolvimento e atuação de uma competência midiática dentro de sua perspectiva de transformação social.

O termo competência inclui quatro aspectos:

**Habilidade** – conhecer quais são as operações da mídia e como lidar com elas.

**Capacidade** – dispor dos meios cognitivos, ativos e afetivos de trabalhar com a mídia. Responsabilidade – ser consciente do que a mensagem significa para si e para os outros: consequências.

**Comprometimento moral** – estar atento aos valores implicados na tomada individual de decisões concernentes, no caso, ao uso, conhecimento e participação na mídia (Bauer, 2012).

As competências midiáticas estão ligadas à capacidade de articulação com vários ambientes simbólicos, inclusive os mediados por tecnologias presentes em redes e sociabilidades diversas. Escapam, assim, às perspectivas redutoras que poderiam compreendê-las em uma perspectiva exclusivamente midiocêntrica e ajudam a pensar criticamente o universo simbólico no qual se desenrolam as relações intersubjetivas. Considerando que o mundo da cultura é o “habitat simbólico” no qual vivem os seres humanos, as competências midiáticas oferecem uma oportunidade de pensar e transformar esse espaço.

*(artigo recebido fev.2012/aprovado abr.2012)*



## Referências

- ADORNO, T. W. **Palavras e Sinais: Modelos Críticos 2**. Petrópolis: Vozes, 2009.
- BAITELLO, N. “Os vínculos e a comunicação”. In: BAITELLO, N. **A era da iconofagia. Ensaios de Comunicação e Cultura**. São Paulo: Hacker, 2005.
- \_\_\_\_\_. “As capilaridades da comunicação”. In: BAITELLO, N. **A serpente, a maçã e o holograma. Esboços para uma Teoria da Mídia**. São Paulo: Paulus, 2010.
- \_\_\_\_\_. “Harry Pross”. “Vínculo”. In: MARCONDES FILHO, C. (Org.) **Dicionário da Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009.
- BAUER, T. **Beyond and after Media Literacy: Media competence building civil society**. Aula inaugural do Mestrado em Comunicação. São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2012.
- \_\_\_\_\_. O valor público da Media Literacy. **Líbero**, São Paulo, v. 14, n. 27, p.9-22, jun. de 2011.
- CONTRERA, M. “Vínculo Comunicativo”. In: MARCONDES FILHO, C. (Org.) **Dicionário da Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009.
- DENNY, D.M.T. et alli. Media Literacy. Entrevista com Thomas Bauer. **CoMtempo**, São Paulo, v. 2, n. 2, 2010. Disponível em: <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/comtempo/article/view/7491>. Acesso em: 05 jun. 2012.
- DELEUZE, G. & GUATTARI, F. **O que é a filosofia**. São Paulo: Editora 34, 2000.
- FERRÉS, J. & PISTELLI, F. La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. **Comunicar**, Barcelona, v. 19, n. 38, p. 75-82, 2012.
- FURTADO, B. **Imagens Eletrônicas e Paisagens Urbanas**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 2002.
- HABERMAS, J. **The Theory of Communicative Action**. Vol. 2. Nova York: Beacon Press, 1987.
- HALL, S. “Encoding/Decoding”. In: HALL, S. et alli. **Culture, Media, Language**. Londres: Routledge, 1981.
- \_\_\_\_\_. “Codificação/Decodificação”. In: HALL, S. **Da diáspora. Identidades e Mediações Culturais**. Organizado por Liv Sovik. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.
- HOBBS, R. The state of media literacy: a response to Potter. **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, Philadelphia, v. 55, n.3, p. 419-430, 2011.
- INNIS, H. **The Bias of Communication**. Toronto: University of Toronto Press, 1951.
- \_\_\_\_\_. **O Viés da Comunicação**. Tradução por Luíz C. Martino. Petrópolis: Vozes, 2011.
- KELLNER, D. **Media culture: cultural studies, identity and politics between the modern and postmodern**. London: Routledge, 1995.
- \_\_\_\_\_. **A cultura da mídia**. Estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Tradução por Ivone Castilho Benedetti. Bauru: Ed. Unisc, 1998.
- LIMA, L. C. **Mimesis e modernidade**. Rio de Janeiro: Graal, 1980.
- MARCONDES FILHO, C. **Para entender a comunicação**. São Paulo: Paulus, 2008.
- MARTINO, L. M. S. **Estética da Comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2007.
- \_\_\_\_\_. **Comunicação e Identidade: quem você pensa que é?** São Paulo: Paulus, 2010.
- \_\_\_\_\_. **Teoria da Comunicação. Ideias, conceitos e métodos**. Petrópolis: Vozes, 2009.
- McLUHAN, M. **A galáxia de Gutenberg**. São Paulo: Cia. Editora Nacional, 1967.
- \_\_\_\_\_. **Understanding Media: The Extensions of Man**. Toronto: McGraw-Hill, 1964.
- \_\_\_\_\_. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Tradução por Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 1974.
- MENEZES, J. E. O. As formas de percepção e as mudanças culturais. **Nife**, São Paulo, v. 6, n. 5, p. 193-196, 1999. Disponível em: <www.cisc.org.br>. Acesso em: 01 jun. 2012.
- \_\_\_\_\_. **Rádio e Cidade: vínculos sonoros**. São Paulo: Annablume, 2007.
- MEYROWITZ, J. **No sense of place**. Oxford: Oxford University Press, 1986.
- ONG, W. **Orality and Literacy**. Londres: Routledge, 1982.
- PEREZ TORNERO, J. B. La sociedad multipantallas: retos para la alfabetización mediática. **Comunicar**, Barcelona, v. XVI, n. 31, p. 15-25, 2008.
- PROSS, H. **Medienforschung** (Investigação da Mídia). Darmstadt: Carl Habel, 1972.
- PROSS, H.; BETH, H. **Introducción a la Ciencia de la Comunicación**. Barcelona: Antrhopos, 1990.
- POTTER, W. J. The State of Media Literacy. **Journal of Broadcasting & Electronic Media, Philadelphia**, v. 54, n. 4, p. 675-696, 2010.
- SANTAELLA, L. **Cultura das mídias**. São Paulo: Experimento, 1996.
- SODRÉ, M. **Antropológica do Espelho. Uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Vozes, 2002.
- THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade**. Petrópolis: Vozes, 1997.
- WILLIAMS, R. **Keywords**. Londres: Fontana, 2003.

