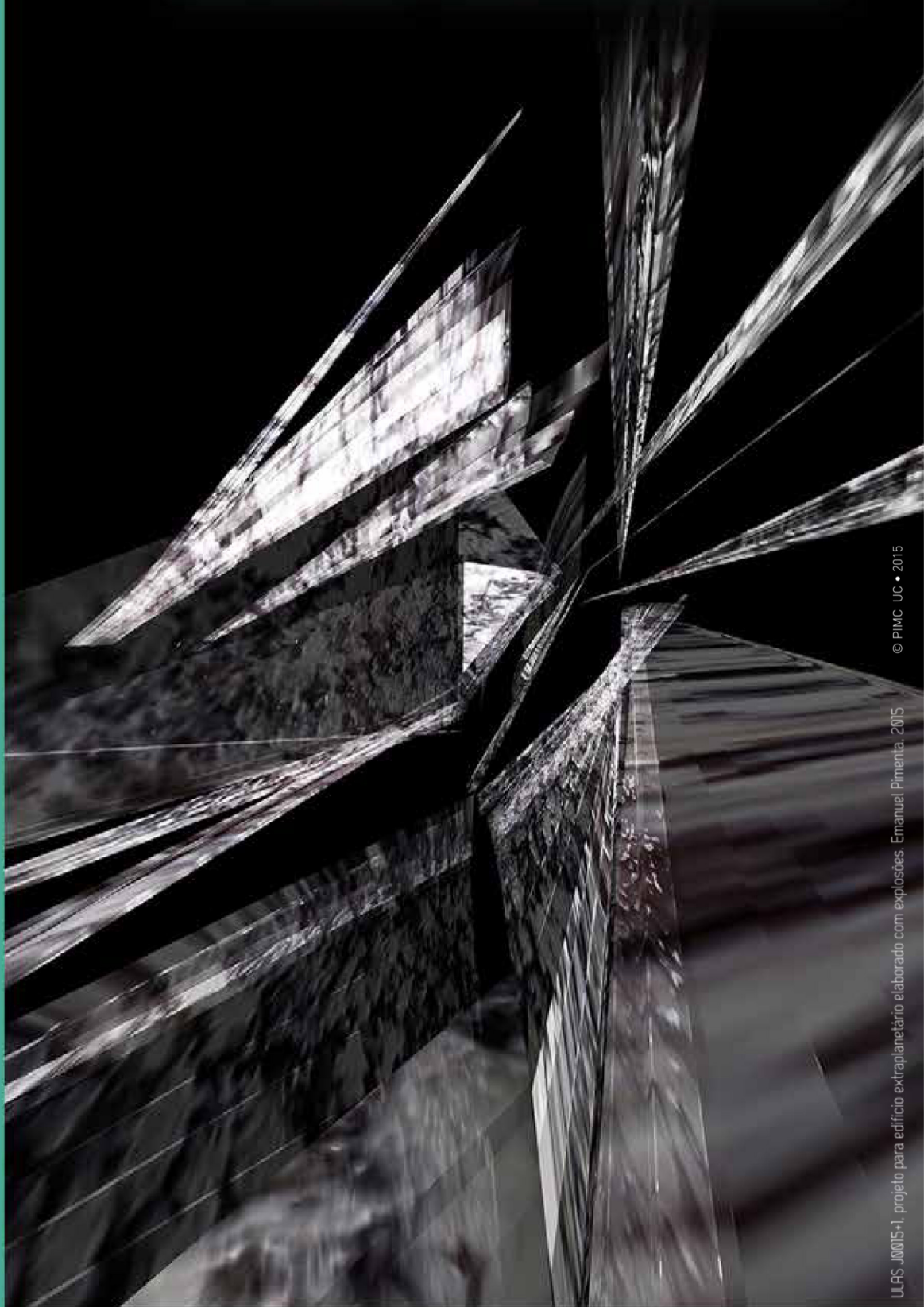


9.º CONGRESSO DA SOPCOM; 12, 13, 14 DE NOVEMBRO 2015
COMUNICAÇÃO E TRANSFORMAÇÕES SOCIAIS
PRÉ-CONGRESSO DA SOPCOM: 11 DE NOVEMBRO DE 2015
GÉNERO, MEDIA E ESPAÇO PÚBLICO
C O I M B R A U C | F L U C I E S E C



ULFS J0015+1, projeto para edifício extraplanetário elaborado com explosões. Emanuel Pimenta, 2015 © PIMC UC • 2015

9.º

S O P C O M

CONGRESSO DA
ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA
DE CIÊNCIAS
DA COMUNICAÇÃO

COMUNICAÇÃO E
TRANSFORMAÇÕES
SOCIAIS

terísticas singulares de cada comunidade. Elas são gerenciadas, em sua maioria, por clubes desportivos ou de comerciantes dos bairros populares (típicos) de Lisboa. Este estudo centra-se em duas dimensões. Por um lado, busca-se compreender como ocorre o processo de comunicação a partir dos mecanismos do folclore. Estes elementos incluem as letras das músicas, os temas escolhidos para o enredo dos desfiles, etc. Por outro, discute-se o eixo da mediatização da Marcha Popular. Em outras palavras, abordam-se as transformações da forma e do conteúdo do fenómeno folclórico diante da lógica dos media em um contexto histórico e social, num processo de hibridização entre o folclore e os media. A base teórico-metodológica da pesquisa está na Folkcomunicação e o estudo utiliza como ferramenta o método da Fotocartografia Sociocultural, o qual se apoia principalmente nas técnicas da entrevista e de observação participante para compreender como se dá a construção de sentido do ato de comunicar sobre os modos de vida, os costumes e tradições, a economia e a cultura de uma comunidade local, isto é, os aspetos socioculturais. Nesse método das Ciências Sociais, o registo fotográfico tem o importante papel de tentar traçar um mapa simbólico (cartografia) de tais aspetos. Adaptando-o ao contexto das ciências da comunicação, a partir do ato comunicativo das Marchas, verificam-se quais marcas e aspetos socioculturais foram mais emblemáticos para retratar os modos de vida dos bairros típicos lisboetas. No eixo da mediatização, buscamos destacar a importância de mapear esse metaprocessos e clarificar como o *modus operandi* mediático é presente nesse fenómeno folclórico ao longo dos anos de realização. Tentamos perceber desde quando e como os media têm transformado a Marcha. Levamos em conta não apenas as agremiações em si como também o evento do desfile. Dessa maneira, metodologicamente, a técnica da pesquisa documental é importante para atingir tais metas.

NOME: MILENA CARVALHO

TÍTULO DA COMUNICAÇÃO: *Mediação da Informação e comportamento infocomunicacional*

RESUMO: Esta comunicação apresenta parte dos resultados alcançados no âmbito da investigação de doutoramento, sobre a mediação da informação praticada e percebida nos Arquivos Distritais (ADs) e equiparados, cujo papel é determinante na consolidação e preservação da memória institucional nacional, como fator de identidade e sentimento de pertença de uma comunidade e na promoção da cidadania. Nesse sentido, realizou-se um estudo empírico junto de informantes responsáveis dos ADs recorrendo à metodologia quadripolar, no âmbito da Ciência da Informação (CI), identificando e caracterizando o que consideramos ser uma mudança de paradigma (de “custodial” para “pós-custodial”) relativamente à alteração da demanda de informação e das funções com que se deparam atualmente os arquivos e os profissionais da informação; exigindo neste entender uma revisão das práticas de mediação de informação, passando igualmente os estudos dos utilizadores a comportar a influência de outras áreas do conhecimento, designadamente da Psicologia, permitindo assim a transição para a teorização em torno do Comportamento Informacional. Considera-se, no entanto, que a CI fornecerá um quadro teórico-metodológico muito útil e pioneiro para a análise da mediação da informação, na medida em que investiga os problemas, temas e casos relacionados com o fenómeno info-comunicacional (origem, coleta, organização, armazenamento, recuperação, interpretação, transmissão, transformação e utilização da informação). Considerando-se a extensão da informação como meio de possibilitar a transmissão, o seu uso (através de modos e técnicas de representação da informação) e o comportamento informacional dos utilizadores – ou seja, o modo de ser ou de reagir de uma pessoa ou de um grupo numa determinada situação e contexto, impellido por necessidades induzidas ou espontâneas, no que toca especificamente às condições de busca, seleção e uso da informação. Reportando-nos à realidade da mediação da informação, esta proposta tem subjacente a premissa segundo a qual as transformações ocorridas nos últimos anos, marcadas pelo advento das novas TIC, e de um público cada vez mais alargado e com competências tecnológicas mais vastas e desenvolvidas, exigem a adequação da profissão e dos serviços de informação à nova conjuntura social, económica, cultural e tecnológica, com óbvias implicações nos modelos formativos dos futuros profissionais de informação (Ribeiro, 2010). Na medida em que, o profissional da informação não é nem neutral nem imparcial, mas interfere efetivamente (enquanto sujeito) do processo info-comunicacional em que se insere. O momento em que se concretiza não é um recorte de tempo estático e dissociado de seu entorno; ao contrário: resulta da relação dos sujeitos com o mundo. (Almeida Junior, 2009) É imprescindível que o profissional de informação se liberte da percepção que tem do utilizador com base no seu grau de satisfação com o serviço, e passe a concentrar todo o seu esforço no desenho e organização do sistema em função das possíveis necessidades e demandas dos seus utilizadores potenciais, isto é, sob a perspectiva do comportamento informacional dos utilizadores (entendido como a totalidade do comportamento humano em relação a fontes e canais de informação e também o uso de informação) e da mediação da informação que praticam.