

COMUNICAÇÃO E COMPETÊNCIA EM INFORMAÇÃO: RELAÇÃO INTERDISCIPLINAR ENTRE MEDIATIZAÇÃO, CONSUMO E DESINFORMAÇÃO

Rodrigo da Silva Almeida

Mestrando em Ciência da Informação, Universidade Federal do Pará – UFPA.
rodrigoalmeida.pub@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0005-8305-1421>

Eddie Carlos Saraiva da Silva

Mestre em Ciência da Informação, Universidade Federal do Pará – UFPA. Bibliotecário no Instituto Tecnológico Vale, Belém/PA.
eddiearaiva@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-9227-3799>

Danielly Oliveira Inomata

Doutora em Ciência da Informação, Universidade Federal de Santa Catarina. Docente Permanente no Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação – PPGCI/UFPA.
dinomata@ufam.edu.br
<https://orcid.org/0000-0001-5657-2137>

RESUMO

A midiática influencia opiniões e comportamentos através dos meios de comunicação; meios estes que também estimulam o consumo e moldam padrões de compra. A competência em informação é fundamental para discernir informações verdadeiras de falsas, especialmente em um contexto de desinformação, onde notícias enganosas se espalham facilmente, afetando a opinião pública. A pesquisa tem como objetivo estudar a interdisciplinaridade dos estudos teóricos da comunicação, midiática e consumo, com foco na competência em informação para o combate à desinformação. A pesquisa caracteriza-se como descritiva, de abordagem qualitativa e natureza básica, fazendo uso do método de pesquisa bibliográfica e revisão da literatura para discussão das temáticas: Calhoun (2012), França (2003) e Sodré (2007) para contextualiza o da Comunica o; Dudziak (2003), Santos e Santos (2022) e Vitorino e Piantola (2020) para discussão da Competência em Informa o. Ao estabelecer uma rela o consciente e crítica   midiatiza o, consumo e Colnfo, construiremos uma sociedade mais informada, capaz de tomar decisões mais importantes que possam contribuir nos debates da vida pública e política.

Palavras-chave: Competência em informa o. Midiatiza o. Consumo. Desinforma o. Interdisciplinaridade.

COMMUNICATION AND INFORMATION LITERACY: INTERDISCIPLINARY RELATIONSHIP BETWEEN MEDIATING, CONSUMPTION AND DISINFORMATION

ABSTRACT

Mediatization influences opinions and behavior through the media; means that also stimulate consumption and shape purchasing patterns. Information literacy is key to discerning true from false information, especially in a context of disinformation, where misleading news spreads easily, affecting public opinion. The research aims to study the interdisciplinarity of theoretical studies of communication, mediatization and consumption, with a focus on information literacy to combat misinformation. The research is characterized as descriptive, with a qualitative approach and basic nature, making use of the bibliographic research method and literature review to discuss the themes: Calhoun (2012), França (2003) and Sodr  (2007) to contextualize Communication; Dudziak (2003), Santos and Santos (2022) and Vitorino and Piantola (2020) to discuss Information Literacy. By establishing a conscious and critical relationship with mediatization, consumption and Colnfo, we will build a more informed society, capable of making more important decisions that can contribute to debates in public and political life.

Keywords: Information literacy. Mediatization. Consumption. Misinformation. Interdisciplinarity.

Recebido em: 30/06/2023

Aceito em: 26/07/2023

Publicado em: 09/01/2024

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, presenciamos um cenário marcado por mudanças rápidas e significativas no campo da comunicação. A ascensão da internet e das novas mídias trouxe consigo transformações sociais, culturais e políticas, impactando a forma como nos comunicamos, consumimos informações e interagimos uns com os outros. Nesse contexto, a compreensão dos estudos teóricos da comunicação, da midiaticização e do consumo torna-se essencial para analisar e interpretar os fenômenos comunicacionais contemporâneos.

A comunicação é um campo de estudo amplo e interdisciplinar, que engloba diversas disciplinas e abordagens teóricas. A interdisciplinaridade dos estudos da comunicação, midiaticização e consumo permite explorar as inter-relações entre esses campos e compreender sua influência mútua. A midiaticização refere-se à influência crescente dos meios de comunicação na sociedade, afetando identidades, opinião pública e acesso à informação. Ela molda percepções, relações sociais e comportamentos por meio da disseminação de conteúdo midiático e do uso de tecnologias de comunicação.

Além disso, o consumo desempenha um papel importante nas mudanças sociais contemporâneas, estando intimamente ligado às práticas comunicativas e midiáticas. Ao estudar as interações entre as teorias da comunicação, midiaticização e consumo, compreendemos como as estratégias de comunicação e os discursos midiáticos influenciam as práticas e representações simbólicas do consumo na sociedade.

Em um contexto em que a disseminação da desinformação e das fake news se tornou um desafio para a sociedade contemporânea, a competência em informação emerge como uma habilidade fundamental. A capacidade de discernir e avaliar criticamente as informações torna-se essencial para combater a desinformação, promover a alfabetização midiática e fortalecer a participação cidadã. Nesse sentido, a interdisciplinaridade dos estudos teóricos da comunicação, da midiaticização e do consumo com a competência em informação oferece uma perspectiva abrangente para compreender os desafios e oportunidades que surgem no atual contexto comunicacional.

Assim, esta pesquisa tem como objetivo geral estudar a interdisciplinaridade dos estudos teóricos da comunicação, midiaticização e consumo, com foco na competência em informação para o combate à desinformação. Através da análise dessas diferentes perspectivas teóricas e sua inter-relação, busca-se compreender como esses campos dialogam e se complementam, fornecendo insights para a compreensão dos processos comunicacionais contemporâneos e o desenvolvimento de estratégias eficazes no combate à desinformação.

2 METODOLOGIA

A pesquisa realizada é classificada como descritiva, isto porque deve a pesquisa em mãos descrever a relação interdisciplinar entre as Teorias da Comunicação e a Competência da Informação, para o combate à desinformação. Quanto à natureza, o trabalho caracteriza-se como básico, de abordagem qualitativa, para mensuração de dados narrativos para melhor explanação do trabalho. O método de pesquisa aplicado no trabalho é a pesquisa bibliográfica, que traz no contexto dos estudos teóricos da comunicação os aportes de Calhoun (2012), França (2003) e Sodré (2007).

A Competência da Informação (CoInfo) estará fundamentada em Dudziak Santos e Santos (2022), Silva (em elaboração) e Vitorino e Piantola (2020), de forma a analisar os aspectos históricos e conceituais da temática, no contexto da desinformação. A interdisciplinaridade foi baseada nos estudos de Martino (2017), interligando com Hjarvard (2012; 2014) e Barbosa e Campbell (2006) para construção dos aportes referentes a Mídiação e Consumo, respectivamente, para com isso, descrever a proximidade com a CoInfo, refinando a contextualização para o combate a Desinformação.

3 APORTES SOBRE ESTUDOS TEÓRICOS DA COMUNICAÇÃO

Os estudos teóricos da comunicação referem-se a uma área de pesquisa acadêmica que busca analisar e compreender os diferentes aspectos teóricos e conceituais da comunicação humana. Esses estudos se concentram na investigação crítica e sistemática das teorias, modelos e abordagens que explicam como a comunicação ocorre, como as mensagens são transmitidas, recebidas e interpretadas, e como a comunicação influencia as interações sociais.

Esses estudos teóricos visam examinar criticamente as diferentes perspectivas teóricas e abordagens conceituais que ajudam a compreender como a comunicação ocorre, como as mensagens são transmitidas, recebidas e interpretadas, e como a comunicação afeta as relações sociais, os comportamentos individuais e coletivos, e a construção de significados, pois comunicar é:

[...] a ação de sempre, infinitamente, instaurar o comum da comunidade, não como um ente (por exemplo, uma agregação ou um conjunto de sujeitos), mas como uma vinculação, portanto, como um nada constitutivo, pois o vínculo é sem substância física ou institucional, é pura abertura na linguagem. O sujeito que se comunica é o mesmo ser como «entre», logo, uma interioridade destinada a uma exterioridade, o outro (SODRÉ, 2007, p. 21).

Ou seja, essa visão enfatiza que a comunicação vai além de uma simples troca de mensagens, envolvendo uma interação entre sujeitos que compartilham um espaço simbólico comum. Diante disso, a linguagem desempenha um papel crucial nesse processo, pois é por meio dela que os indivíduos se relacionam, expressam suas ideias e se entendem.

De acordo com Calhoun (2012), a comunicação é crucial para compreender as diversas dimensões das mudanças sociais, sendo a crescente influência da internet e das novas mídias um exemplo óbvio, mas não exclusivo. Desta forma, a afirmação de Calhoun (2012) ressalta a centralidade da comunicação como um aspecto fundamental das dinâmicas sociais contemporâneas. Ou seja, por meio da comunicação, as pessoas compartilham informações, ideias, valores e crenças, e constroem significados compartilhados que moldam a realidade social. Nesse sentido, o estudo da comunicação é fundamental para compreender as mudanças em curso na sociedade.

Nos estudos de França (2003), a partir da leitura e interpretação do texto de Quéré (1991), o autor discorre sobre a diferença desses modelos, enquanto o modelo informacional (epistemológico) da comunicação se concentra principalmente na transmissão e recepção das informações, já o modelo praxiológico destaca a importância das práticas sociais, dos processos simbólicos, e das interações humanas na comunicação, considerando os aspectos culturais e contextuais que influenciam a forma como as mensagens são produzidas, interpretadas e compreendidas pelos participantes.

4 COMPETÊNCIA EM INFORMAÇÃO E DESINFORMAÇÃO: BREVE CONTEXTUALIZAÇÃO

Ao final desta pesquisa, a qual propôs-se selecionar autores com prestígio na área de Ciência da Informação para a discussão dos temas designados no intuito de bem se apropriar dos conceitos de letramento informacional, midiático e competência informacional para delinear o debate acerca do papel do bibliotecário na colaboração com esses processos no contexto da sociedade da informação, foi possível evidenciar a relevância da discussão das temáticas abordadas para a sociedade civil e acadêmica, uma vez que confirmou-se que esses processos quando colocados na prática, garantem a formação de cidadãos mais autônomos e promovem a democratização ao acesso à informação, principalmente, em ambientes virtuais como na *Internet* que possui caráter revolucionário e gera consequências ligadas a fatores socioeconômicos, culturais, políticos e informacionais. Assim também, observou-se a funcionalidade do bibliotecário nos referidos processos, atuando de maneira eficaz.

A ColInfo vem sendo estudada e aplicada em diversos contextos e cenários, tendo sua idealização fundada nas relações de trabalho, e posteriormente introduzida no aspecto pedagógico (SANTOS; SANTOS, 2022). Em termos conceituais, Dudziak (2023, p. 28) define ColInfo como sendo [...] o processo contínuo de internalização de fundamentos conceituais, atitudinais e de habilidades necessário à compreensão e interação permanente com o universo informacional e sua dinâmica de modo a proporcionar um aprendizado ao longo da vida.

Ou seja, o fato de um indivíduo ter acesso à informação não o torna competente, sendo necessário o aprendizado contínuo e desenvolvimento de habilidades que permitam “[...] realizar busca e recuperação da informação de forma eficiente e eficaz, além de avaliar essa informação recuperada com certo grau de criticidade e por fim, aprende a usar a informação de forma correta, seus produtos e serviços.” (SILVA, em elaboração). Com isso, Dudziak (2003) aponta alguns objetivos alcançados quando o indivíduo tem aplicada a ColInfo, sendo eles:

- a. saibam determinar a natureza e a extensão de sua necessidade de informação como suporte a um processo inteligente de decisão;
- b. conheçam o mundo da informação e sejam capazes de identificar e manusear fontes potenciais de informação de forma efetiva e eficaz;
- c. avaliem criticamente a informação segundo critérios de relevância, objetividade, pertinência, lógica, ética, incorporando as informações selecionadas ao seu próprio sistema de valores e conhecimentos;
- d. usem e comuniquem a informação, com um propósito específico, individualmente ou como membro de um grupo, gerando novas informações e criando novas necessidades informacionais;
- e. considerem as implicações de suas ações e dos conhecimentos gerados, observando aspectos éticos, políticos, sociais e econômicos extrapolando para a formação da inteligência;
- f. sejam aprendizes independentes; e
- g. aprendam ao longo da vida (DUDZIAK, 2003, p. 28).

Acerca do que Campello (2003) diz, a ColInfo é desenvolvida em quatro frentes, sendo duas delas a sociedade da informação e as tecnologias da informação e da comunicação (TIC). A relação entre esses dois aspectos se explica, por um lado, a intensificação da produção e acesso à informação proporcionada pelas TIC, apresentando um cenário muitas vezes complexo e desafiador, entretanto, por outro lado, as próprias TIC são a resposta para o problema, de forma que venha a educar quanto ao uso e aplicação da TIC para o acesso fácil, rápido e ético à informação (VITORINO; PIANTOLA, 2020).

A relação informação e desinformação é problemática, pois o aspecto da informação não deixa de estar presente na desinformação e esta, por sua vez, é uma ação proposital que visa a alienação, a enganação, a disseminação de informação incompleta, imprecisa e enganosa, o que é completamente diferente de um possível erro (FETZER, 2004; PIPER, 2000). Nesse

contexto, um indivíduo necessita possuir um conjunto de conhecimentos e atitudes que possam responder a um problema ou auxiliar na tomada de decisões; auxiliando na identificação da necessidade de informação, construir uma metodologia de busca eficiente, recuperar a informação com qualidade, além de interpretar, avaliar a veracidade e compartilhar com terceiros (HORTON JÚNIOR, 2007).

5 INTERDISCIPLINARIDADE PARA O COMBATE A DESINFORMAÇÃO

A interdisciplinaridade refere-se à integração de diferentes disciplinas e abordagens na análise e compreensão de um determinado objeto de estudo. No caso da comunicação, a interdisciplinaridade reconhece que a comunicação humana é um fenômeno complexo e abrangente que não pode ser compreendido completamente por meio de uma única disciplina ou perspectiva teórica. Sobre interdisciplinaridade, Martino (2017, p. 15) comenta que “[...] representa o pensamento hegemônico em matéria de epistemologia da comunicação, o que a torna uma questão incontornável, como de fato se mostrou neste texto e em muitos outros que se seguiriam.”

Martino (2017) sugere que a questão da interdisciplinaridade é incontornável, ou seja, não pode ser ignorada ou deixada de lado nos estudos teóricos da comunicação. Isso implica que a interdisciplinaridade é fundamental para o avanço do conhecimento na área da comunicação, e que ignorar essa abordagem limitaria a compreensão e a análise do fenômeno comunicativo.

Partindo do eixo interdisciplinar da comunicação para a Ciência da Informação (CI), ao tratar sobre Desinformação, por um lado há estudos teóricos, com: Mídiação e Consumo, que podem ser relacionadas de forma conceituais e epistemológicas, e por outro lado, a CI nos traz conceitos e teorias da ColInfo como forma de instruir o indivíduo acerca do acesso e uso eficaz da informação.

Mídiação refere-se ao processo em que a mídia desempenha um papel central e influente na sociedade, afetando a forma como as pessoas se relacionam, se informam e constroem suas identidades. De acordo com Hjarvard (2012, p. 55):

[...] o termo tem sido utilizado em diferentes contextos para caracterizar a influência que a mídia exerce sobre uma série de fenômenos, mas poucos trabalhos foram realizados para definir ou especificar o conceito em si. Apenas muito recentemente os pesquisadores de mídia buscaram desenvolver um conceito que exprimisse um entendimento mais coerente e preciso da mídiação como um processo social e cultural.

Nos estudos de Hjarvad (2014), o autor aponta três dimensões da midiatização consideradas vantajosas e baseadas na perspectiva institucional, sendo elas:

- a midiatização envolve transformações estruturais duradouras na relação entre a mídia e outras esferas sociais, abrangendo padrões em evolução de interações e relações entre atores sociais, resultando na institucionalização de novos padrões de interação e comunicação mediada;
- a perspectiva institucional da teoria da midiatização se concentra no nível intermediário das questões sociais e culturais, desenvolvendo teorias de médio alcance que consideram o contexto histórico e geográfico específico de cada campo em estudo. Essa abordagem analítica evita generalizações macro e análises micro, fornecendo um quadro flexível para compreender resultados apropriados em casos específicos;
- a midiatização é um processo recíproco entre a mídia e outros campos sociais, caracterizado por uma interdependência crescente na interação entre mídia, cultura e sociedade. Não se trata de uma colonização definitiva da mídia sobre outros campos, mas sim de uma influência mútua constante, em que a mídia e outros domínios se influenciam mutuamente, em vez de uma dominação unilateral da mídia.

Já a teoria do consumismo é uma abordagem que analisa o papel do consumo na sociedade contemporânea. Ela se baseia na ideia de que o consumo se tornou uma força central na organização social, influenciando comportamentos, identidades e relações sociais. Segundo Barbosa e Campbell (2006), as motivações para o consumo são variadas e abrangem desde a satisfação de necessidades básicas até a busca por prazer, a emulação de outros, a defesa ou afirmação de status, entre outros fatores. Em resumo, as razões para o consumo são multifacetadas e podem estar relacionadas a diferentes aspectos, desde necessidades básicas até aspirações sociais e emocionais. Ainda de acordo com a autora:

(...) são nossos estados emocionais, mais especificamente nossa habilidade de querer, desejar e ansiar por alguma coisa, sobretudo nossa habilidade de repetidamente experimentar tais emoções, que na verdade sustentam a economia das sociedades modernas desenvolvidas. (BARBOSA; CAMPBELL, 2006, p. 87).

Na concepção de que desinformação é a ação de desinformar propositalmente alguém como forma de enganá-lo e que está diretamente relacionada com a pós-verdade, inclinação a acreditar na informação fundada em apelo emocional ou crença ao invés de buscar pela veracidade dos fatos (CORRÊA; CAREGNATO, 2021), torna-se relevante estudar a interação entre comunicação e informação para compreensão justa e certa da interdisciplinaridade dos temas e, posteriormente,

ser planejada e aplicada formas de instrução, quanto à ColInfo, como frente de combate à desinformação.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante da interdisciplinaridade entre midiaticização, consumo e desinformação é evidente que a comunicação exerce um papel central em nossa sociedade atual. A Midiaticização, que representa a crescente influência dos meios de comunicação na cultura e na forma como nos relacionamos, impacta diretamente nossas percepções, valores e comportamento; quando combinada ao Consumo, com foco na disseminação da informação, tem criado um ambiente onde somos constantemente bombardeados de assuntos e informações diversas e duvidosas.

Neste sentido, há necessidade de ser desenvolvida a Competência em informação como ferramenta de filtragem e avaliação crítica da veracidade das fontes, evitando cair nas armadilhas da desinformação. Infelizmente, a desinformação tornou-se um problema sério na era digital, notícias falsas, boatos e conspirações podem ser espalhados rapidamente, prejudicando a sociedade e minando a confiança de instituições e nos próprios meios de comunicação.

Ao estabelecer uma relação consciente e crítica a midiaticização, consumo e ColInfo, construiremos uma sociedade mais informada, capaz de tomar decisões mais importantes que possam contribuir nos debates da vida pública e política. A busca por uma comunicação ética, responsável e transparente é um caminho imprescindível para o fortalecimento da democracia e para o desenvolvimento de uma sociedade mais resiliente diante dos desafios comunicacionais contemporâneos.

REFERÊNCIAS

- BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno. In.: BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: FGV, 2006. p: 85-98.
- CALHOUN, C. Comunicação como Ciência Social (e mais). **Revista Intercom**, São Paulo, v. 35, n. 1, p. 277-310, jan./jun., 2012. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/interc/a/H8wddhhvrCHqrcrWHMCTG5f/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 28 jun. 2023.
- CAMPELLO, B. O movimento da competência informacional: uma perspectiva para o letramento informacional. **Ciência da Informação**, Brasília, DF, v. 32, n. 3, p. 28-37, set./dez. 2003. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ci/a/9nQgbdkq5nXsNBLfv5MBHNm/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 28 jun. 2023.
- CORRÊA, M. de V.; CAREGNATO, S. E. Desinformação e comportamento informacional nas mídias sociais: a divulgação científica na prevenção ao novo coronavírus. **Inf. Inf.**, Londrina, v. 26, n. 1, p. 161-185, jan./mar, 2021. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/download/161681>. Acesso em: 28 jun. 2023.

- DUDZIAK, E. A. Information literacy: princípios, filosofia e prática. **Ciência da Informação**, Rio de Janeiro, v. 32, n. 1, p. 23-35, 2003. Disponível em: <https://revista.ibict.br/ciinf/article/view/1016>. Acesso em: 28 jun. 2023.
- FETZER, James H. Information: does it have to be true? **Minds and Machines**, Dordrecht, v. 14, n. 2, p. 223-229, May 2004. Disponível em: <https://doi.org/10.1023/B:MIND.0000021682.61365.56>. Acesso em: 20 jun. 2023.
- FRANÇA, V. V. L. Quéré, dos modelos da comunicação. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**, São Leopoldo, v. 2, n. 2, p. 38-51, 2003.
- HJARVARD, S. Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **MATRIZES**, São Paulo, v. 5, n. 2, p. 53-92, 2012. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/82929/85963>. Acesso em: 23 jun. 2023.
- HJARVARD, S. Midiatização: conceituando a mudança social e cultural. **MATRIZES**, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 53-92, jan./jun. 2014. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/82929/85963>. Acesso em: 23 jun. 2023.
- HORTON JÚNIOR, F. W. **Understanding information literacy: a primer**. Paris: UNESCO, 2007.
- MARTINO, L. C. **Escritos sobre epistemologia da Comunicação**. São Leopoldo: Editora Sulina: 2017.
- PIPER, P. S. Better read that again: Web hoaxes and misinformation. **Searcher**, v. 8 n. 8, p. 40-49, 2000. Disponível em: https://cedar.wvu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1434&context=surveyresearch_docs. Acesso em: 20 jun. 2023.
- SANTOS, C. A. dos; SANTOS, V. C. B. dos. Competência em Informação (CoInfo) como fator social de compreensão e inclusão ao mundo do trabalho sob as perspectivas de Guy Le Boterf e Christine Bruce: notas introdutórias, reflexões necessárias. **Perspect. Ciênc. Inf.**, Belo Horizonte, v. 27, n. 2, abr./jun. 2022. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/pci/article/view/40063>. Acesso em: 28 jun. 2023.
- SCHNEIDER, M. CCI/7: competência crítica em informação (em 7 níveis) como dispositivo de combate à pós-verdade. In.: BEZERRA, Arthur Coelho *et al.* **iKRITIKA: estudos críticos em informação**. Rio de Janeiro: Garamond, 2019.
- SILVA, E. C. S. da; FURTADO, R. L. Competência em informação no ensino superior: avaliação de egressos de um mestrado profissional. (em elaboração).
- SODRÉ, M. Sobre a episteme comunicacional. **MATRIZES**, v. 1, n. 1, São Paulo, p. 15-26, out. 2007. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38174>. Acesso em: 20 jun. 2023
- VITORINO, E. V.; PIANTOLA, D. **Competência em informação: conceito, contexto histórico e olhares para a Ciência da Informação**. Florianópolis: EdUSFC, 2020.