

ano 4 número 11 1º semestre de 2003

ISSN 1516-5981

revista de estudos sobre práticas de recepção  
a produtos mediáticos



**novos**

**olhares**

# Expediente

Novos Olhares



Revista de Estudos Sobre Práticas de Recepção a Produtos Mediáticos é uma publicação semestral do Grupo de Estudos sobre Práticas de Recepção a Produtos Mediáticos do Departamento de Cinema, Rádio e Televisão da ECA-USP.

**Ano VI - número 11 - 1º semestre de 2003**

Angelo Pedro Piovesan Neto

Eduardo Pêñuela Cañizal

Ismail Xavier

José Manuel Moran Costas

Maria Tereza Fraga Rocco

Mauro Wilton de Sousa

Sérgio Adorno

**Conselho Editorial**

Angelo Augusto Ravazi

Marcelo Henrique Leite

Mauro Wilton de Sousa

**Secretaria Editorial**

Angelo Augusto Ravazi

Marcelo Henrique Leite

**Editoração Eletrônica e Revisão**

Rafael Luís Pompéia Gioielli

Ricardo Castanho de Vasconcelos

**Logomarca e Projeto Gráfico**

Cartas e colaborações para Novos Olhares devem ser dirigidas à Redação, no endereço abaixo, devidamente assinadas e com endereço e telefone para contato. A Redação reserva-se o direito de aceitar ou não as colaborações. As opiniões emitidas nessa publicação não expressam necessariamente a posição da revista.

Departamento de Cinema, Rádio e TV,  
Escola de Comunicações e Artes da USP.  
Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443,  
Cidade Universitária, São Paulo-SP

CEP: 05508-900

Tel.: 3091-4484

Fax: 3031-2752

e-mail: [olhares@usp.br](mailto:olhares@usp.br)

# Sumário

**Apresentação**

**3**

**Ciencias de la comunicación y sociedad:  
un diálogo para la era digital -  
perspectivas mundiales**

*Lorenzo Vilches*

**4**

**Linguagens de Pertencimento:  
modalidades de intermediação,  
práticas culturais e identitárias**

*Rosana Martins*

**18**

**Entrevista com Gilson Schwartz:  
A Cidade do Conhecimento**

**29**

**O comum mediático e o  
pertencimento nas práticas de  
recepção em comunicação**

*Mauro Wilton de Sousa*

**34**

**Bibliografia Comentada:  
Estratégias para a mídia digital**

*Guilherme Ranoya*

**46**

Ficha catalográfica elaborada pelo Serviço de Biblioteca e Documentação - ECA/USP

Novos olhares: revista de estudos sobre práticas de recepção a produtos midiáticos /  
publicação do Grupo de Estudos sobre Práticas de Recepção a Produtos Mediáticos do  
Departamento de Cinema, Rádio e Televisão da Escola de Comunicações e Artes [da]  
Universidade de São Paulo. — Vol.1, n. 11 (1. Semestre 2003)-. — São Paulo : O  
Departamento, 1999-  
v.; 28 cm

Semestral  
ISSN 1516-5981

1. Comunicação - Periódicos 2. Televisão - Periódicos 3. Rádio - Periódicos I. Grupo de  
Estudos sobre Práticas de Recepção a Produtos Mediáticos

# Apresentação

A emergência das novas tecnologias da informação e da comunicação tem propiciado questões à primeira vista contraditórias: de um lado, é inquestionável a sua atualidade enquanto mediadora de novas formas de socialização na complexidade de um mundo como o contemporâneo marcado pela pluralidade de condições das mais diversas; de outro lado, essas novas tecnologias representam um desafio para serem colocadas disponíveis no contexto de uma sociedade sem condições de efetivamente incorporá-las como instrumentos de um processo de emancipação social.

Lorenzo Vilches introduz essa mesma questão apontando para as perspectivas mundiais que hoje fazem do digital instrumento renovado na construção do diálogo entre comunicação e sociedade.

Como realizar a inclusão social através da emancipação possibilitada pelo acesso ao mundo digital pode ser aqui analisado ora no texto de Rosana Martins identificando diferentes linguagens de pertencimento através do digital, ora através da entrevista de Gilson Schwartz dimensionando concreta e empiricamente práticas de emancipação a respeito.

Sob um outro ângulo, o de identificar qual o comum que se define como objeto através do qual se justifica a emancipação social através do digital, Mauro Wilton de Sousa apresenta uma análise crítica da bibliografia disponível a respeito.

Por fim, na Bibliografia Comentada, Ranoya faz sugestiva análise sobre recente obra de Beth Saad com relação às estratégias da mídia digital.