

TEORIA DOS MEDIA

Mestrado em Design Digital

Código: 20401

Área Científica Predominante: Design de Comunicação

Docente: Jorge Manuel Lopes Brandão Pereira

Idioma de Instrução: Português

Regime: S1

Carga Letiva: 30h Carga Trabalho: 105h

ECTS: 5,0

Objetivos

O principal objetivo da unidade curricular de Teoria dos Media é o de desenvolver nos alunos capacidade de análise crítica sobre problemáticas contemporâneas relacionadas com a sociedade de informação, a cultura digital e a comunicação digital e interativa.

As tecnologias digitais estão hoje enraizadas no quotidiano dos cidadãos e são uma realidade incontornável na atividade do design, revolucionaram o universo da comunicação e criaram transformações paradigmáticas ao nível social, económico e cultural. Para tal, são pretende-se em termos de aprendizagem desenvolver estratégias para a interpretação de fenómenos e transformações socio-culturais associados aos novos media e promover a discussão coletiva, partindo de referências e estudos de caso, de modo a potenciar no aluno capacidades de pensamento crítico e de argumentação.

Em suma, pretende-se dotar os alunos de conhecimentos sobre a história dos media digitais, a evolução da sociedade em rede, e o papel do design comunicação.

Resultados da Aprendizagem

Na conclusão da unidade curricular, o aluno deverá ser capaz de:

1. Dominar conhecimentos teóricos relevantes e vocabulário da área da teoria dos media e da cultura digital.
2. Estruturar um discurso crítico e sustentado acerca dos fenómenos e transformações socio-culturais associados aos novos media, reconhecendo a sua repercussão específica no design digital.
3. Sustentar estratégias de comunicação, desenvolvendo a capacidade de pensamento crítico relativamente à evolução da cultura digital.
4. Organizar competências essenciais no domínio e articulação sobre a teoria dos média, a sua interrelação e representações e no design digital contemporâneo.

Conteúdos Programáticos

Parte I – A comunicação mediada pelo design

1. Introdução à Teoria dos Media: conceito, definição e relação com o design
2. O design e a mensagem

3. A semiótica e o signo. Modelos e sua convergência.

4. Mediologia

Parte II – A cultura digital

1. A formação da cultura digital e a cibercultura

2. Digitalização da comunicação

3. A tecnologia de codificação e génese de aparatos informáticos

4. A interpretação artística

5. A emergência e desvalorização da tecnologia

Parte III – A comunicação digital

1. Ser digital

2. A construção da mensagem multimédia e remediação

3. A sociedade em rede e a cultura da participação

4. A nova ecologia das teorias de comunicação no design digital

Bibliografia Recomendada

- Castells, M. (2004). A Galáxia Internet: reflexões sobre internet, negócios e sociedade: Fundação Calouste Gulbenkian.

- Debray, R. (2004). Introdução à Mediologia. Lisboa: Livros Horizonte.

- Fiske, J, (2002). Introdução ao Estudo da Comunicação. Porto: Editora Asa.

- Gere, C. (2002) Digital Culture. Londres: Reaktion Books.

- Jenkins, H. (2006). Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York University Press.

- Keen, A. (2007). The Cult of the Amateur. New York: Doubleday/ Currency.

- Shirky, C. (2010). Cognitive surplus: creativity and generosity in a connected age. New York: Penguin Press.

Métodos de Ensino e de Aprendizagem

A evolução e desenvolvimento da cultura digital vem desde sempre associada à teoria dos média, permitindo a rápida propagação da informação. A segunda geração da Internet, a Web 2.0, abriu oportunidades para a participação e colaboração na produção de informação com índices até então nunca vistos. Se, por um lado, esta situação parece proporcionar que os cidadãos se envolvam na produção de algo culturalmente inovador, por outro lado, esta produção pode pôr em causa as próprias noções de estética e qualidade. Se, por um lado, o fácil acesso às ferramentas digitais parece estimular a criação, manipulação e desconstrução de conteúdos digitais, por outro lado, elas podem tornar-se restritivas, resultando numa cultura de mistura de conteúdos já existentes. Isto obriga a uma análise ao design, ao design digital e à comunicação visual das mensagens enquanto processo de interação

na sociedade digital.

O programa da unidade curricular de Teoria dos Media inicia com a compreensão das transformações observadas na design pela evolução das tecnologias da informação. Posteriormente, é feita uma leitura sobre a cultura digital e os media digitais, a sua história e efeitos. De seguida, serão analisados o novo modelo de comunicação e os níveis de participação existentes nos media participativos. Por último, serão discutidos os efeitos dos media na nova ecologia das teorias de comunicação no design digital.

Através desta perspetiva crítica sobre o estado atual dos media digitais, estes cada vez mais ubíquos e sociais, será possível compreender melhor as transformações de paradigmas associadas, tais como o da autoria, o da veracidade, o da qualidade e o do poder da informação. Deste modo, os alunos estarão melhor preparados para intervir de forma consciente sobre o universo dos media digitais.

Métodos de Avaliação

A unidade curricular de Teoria dos Media adopta uma metodologia de ensino composta por aulas de exposição teórica e por aulas de discussão sobre os diferentes temas abordados pelo programa. O sistema de avaliação adotado é contínuo e tem em conta, não só o desenvolvimento do trabalho de investigação, como também a participação dos alunos nas aulas (AC).

Deste modo, será desenvolvido um trabalho teórico, organizado em dois momentos de avaliação, correspondentes à parte 1 (P1) e parte 2 (P2). A fórmula de avaliação que irá originar a nota final será então a seguinte:

P1 (45%) + P2 (45%) + AC (10%)

Avaliação em época de recurso

De acordo com o regulamento dos Mestrados do IPCA, Despacho (PR) N.º 63/2013, artigo 19º, alínea 6, o aluno tem a possibilidade de uma 2.ª oportunidade de avaliação, uma única vez nesta UC, na época de recurso. A avaliação de recurso ocorre durante o mês de setembro e é definida pelo docente da unidade curricular, a partir do trabalho desenvolvido durante o período letivo, em termos de quantidade e indicação dos trabalhos a entregar nesta época. Por essa razão, o aluno terá obrigatoriamente de informar o docente sobre a intenção de recorrer a esta época de avaliação e, deste modo, ter conhecimento sobre os pormenores do trabalho a entregar.