

## Processos midiáticos como foco para o estudo empírico dos objetos tecnoinformacionais

Juciano de Sousa Lacerda, Doutorando da Universidade do Vale do Rio dos Sinos e  
prof. Ms. do Curso de Comunicação Social do IELUSC<sup>1</sup>

### GT: Internet y Sociedad de la Información

#### Resumo

O presente texto procura discutir os objetos tecnoinformacionais, tendo como principal referência os processos midiáticos e sua configuração como área de estudos dentro do campo da comunicação. Para este movimento, discutimos a noção de campo midiático e campo da comunicação a partir da teorização dos campos sociais. Em seguida, retomamos as caracterizações do campo midiático, situando os processos de mediação e mediatização como possibilidade de articular a problematização do fenômeno das tecnologias informacionais de comunicação contemporâneas.

**Palavras-chave:** Processos midiáticos, objetos tecnoinformacionais, Sociedad de la Información

#### Introdução

A metáfora de “campo em construção” para caracterizar a consolidação da Comunicação como área do conhecimento em ciências sociais aplicadas é bastante aceita.<sup>2</sup> Ao apontar a idéia de “construção” como ponto de partida, José Luiz Braga evidencia a noção de que “essa construção seja vista como processual”, para além das interpretações em torno das *explorações impressionistas*, do *caber qualquer tipo de estudo* ou da *comunicação como instrumento privilegiado de desconstrução* (Braga, 2004: 2). Braga parte do entendimento de que “o campo se desenvolve pelas tendências da pesquisa empírica, e não por decisões lógico-teóricas, a partir de constructos explicativos do próprio campo” (2004: 3). O mesmo movimento de partida do trabalho empírico na construção do conhecimento científico podemos perceber em Bourdieu, ao distinguir a “teoria teórica” da “teoria científica”. A primeira está mais para um discurso profético com um fim em si mesmo que surge e se desenvolve no defrontamento com

---

<sup>1</sup> Doutorando em Ciências da Comunicação no PPGCom da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos-RS), bolsista capes. Professor do Curso de Comunicação Social do Instituto Superior e Centro Educacional Luterano Bom Jesus/IELUSC, em Joinville-SC. Realizou estágio doutoral internacional na Universidade Autônoma de Barcelona, com bolsa financiada pela Capes, dentro do projeto de pesquisa “Mídia e interculturalidade: estudo das estratégias de mediatização das migrações contemporâneas nos contextos brasileiro e espanhol...”, financiado pelo Programa de Cooperação Internacional Capes/MECD e desenvolvido pelos grupos de Pesquisa *Mídia e Multiculturalismo*, da Unisinos, *Migracom*, da UAB, e *Processos Comunicacionais*, também da Unisinos, ao qual o pesquisador está vinculado.

<sup>2</sup> José Luiz Braga. *Os estudos de interface como espaço de construção do campo da comunicação*. In: Grupo de Trabalho Epistemologia da Comunicação, Compós, XIII Encontro Anual, São Bernardo do Campo, 2004, 18 pág.

outras teorias. Já a teoria científica “apresenta-se como um programa de percepção e de ação só revelado no trabalho empírico em que se realiza” (Bourdieu, 1998: 59). A teoria, aqui, é uma construção provisória para ser tensionada com a pesquisa empírica, cujo desenvolvimento maior se dá ao colocar-se diante de novos objetos, do que com teorias que só se justificam por elas mesmas, por serem consagradas ou reconhecidas, mas não tensionadas em seus limites, *postas em ação* em novas pesquisas como diz Bourdieu.

Sem deixar de dialogar com perspectiva de campo da comunicação e sua matriz, a teoria dos campos sociais, queremos neste exercício reforçar a importância do trabalho empírico como contribuição necessária para o fortalecimento e consolidação da área da comunicação. Bourdieu e Braga, como descrevemos acima, apontam a importância da pesquisa empírica para a produção do conhecimento em qualquer área e, especificamente, da comunicação. Luiz C. Martino (2004) ao discutir aspectos sobre a fundação e fundamentação do campo da comunicação critica a forma vaga e inconsistente como é definido o processo comunicacional, o que repercute negativamente para o desenvolvimento de trabalhos de história da comunicação. Para Martino, o processo comunicacional deveria ser “a matéria mesma sobre a qual se debruçam os especialistas” (2004: 11), ou seja, demanda trabalho empírico. Dentro do processo comunicacional, como realidade empírica, que não se limita aos processos de trocas de mensagens clássicos, encontramos distintos outros processos constituídos por diferentes dispositivos, suportes e ambiências. Em outro trabalho, Martino ressalta os processos comunicativos no interior da cultura de massa como objeto certo da Comunicação (2001: 81). É nessa linha que podemos apontar os processos comunicativos midiáticos que ocorrem dentro da cultura de massa, sendo as instituições midiáticas as maiores consolidadoras dessa cultura massiva, muitas vezes denominada “cultura midiática” (Mata, 1999).

### **1. Processos midiáticos: perspectiva de campos sociais e campo midiático**

Fausto Neto (2002) levanta algumas questões sobre o que seria o objeto ou os objetos do campo da comunicação, partindo da realidade dos programas de pós-graduação em comunicação. Destacamos aqui a questão por ele apontada sobre como a “realidade midiática” é transformada em objeto de conhecimento pela pesquisa acadêmica em comunicação. Fausto Neto aborda duas tendências. A primeira se configura numa relação busca de reconhecimento diante dos setores políticos que

regulam o fomento à pesquisa. Nessa, o objeto da comunicação é composto de dois conjuntos: um voltado para a teoria da comunicação e outro voltado para as habilidades profissionais: jornalismo e editoração, rádio e televisão, relações públicas, publicidade e propaganda e comunicação visual. A segunda linha, segundo Fausto Neto, propõe que a “realidade midiática” não pode ser compreendida sem a mediação de outros campos de conhecimento, ou seja, evoca a perspectiva interdisciplinar. Para o pesquisador, tal movimento acaba resultando em justaposições freqüentemente arbitrárias, ou a comunicação é tomada passivamente nas entradas com outras disciplinas ou subordinada a orientações teóricas outras. Inspirado em L. C. Martino, Fausto Neto resume: “a interdisciplinaridade não seria fruto de ‘uma exigência do próprio objeto’” (2002: 28-29). A crítica à interdisciplinaridade também é feita por Braga ao propor ao campo da comunicação noção de *interface* como fenômeno de tensionamento, de problematização no encontro entre disciplinas, a partir de seus intertúscios e fronteiras. Esse processo de articulação, de interface, é solicitado pelo processo da pesquisa, na busca rigorosa de conhecer o objeto de estudo e suas articulações, cujo movimento, segundo Braga, se dá não pela diluição *cândida e ensaística* das fronteiras,

mas como problema e dificuldade, como necessidade, para o tratamento do material e para dele extrair conhecimento específico – superando as dificuldades teórico-metodológicas e fazendo funcionar, de modo articulado, conceitos preparados em cozinhas diferentes (Braga, 2004: 10).

Na pesquisa no campo da comunicação corremos, assim, riscos de cair numa teoria da comunicação vaga, na caracterização habilitacional, ou mesmo, numa interdisciplinaridade subserviente (Fausto Neto, 2002) que dilui fronteiras (Braga, 2004) e incentiva a apropriação teórica irrefletida (Martino, 2004). A proposta transparece desses autores é a de partir das solicitações dos objetos de pesquisa, cujo foco possível, entre outros, é o que caracteriza os processos midiáticos. Para Pedro Gilberto Gomes (2004), os processos midiáticos constituem e delimitam o campo que compete à comunicação, mas recomenda cuidado na hora de abordar a distinção epistemológica entre comunicação e mídia/processos. O próprio Braga inclui também os fenômenos comunicativos não-midiáticos como objeto, uma vez que na *processualidade comunicacional* os demais processos de interação social não estão imunes às influências das lógicas e procedimentos midiáticos, na busca por novas formas de interagir e de visibilidade na sociedade contemporânea (Braga, 2004: 10).

Acreditamos que os meios de comunicação de massa são um marco decisivo para os processos comunicacionais, mas a perspectiva dos processos midiáticos não pode se negar à perspectiva histórica da sociedade, resumindo-se às variações entre mensagens e formas tecnológicas, mas encontrar as especificidades de cada contribuição histórica ao processo comunicacional, sem expandir as dimensões do campo à uma amplidão de toda a história social humana.

O que abordamos até aqui demonstra que a preocupação com a demarcação de um campo científico é conflitiva e conjuga interesses dos atores em jogo e das perspectivas políticas e teóricas sobre os objetos que defendem.

O campo científico é sempre o lugar de uma *luta, mais ou menos desigual*, entre agentes desigualmente dotados de capital específico e, portanto, desigualmente capazes de se apropriarem do produto do trabalho científico que o conjunto dos concorrentes produz pela sua *colaboração objetiva* ao colocarem em ação o conjunto dos meios de produção científica disponíveis (grifos do autor) (Bourdieu, 1983: 136).

Portanto é difícil não dizer que cada escolha científica não seja também política, no sentido de Bourdieu, na perspectiva de aumentar o capital simbólico do campo. E tratando-se da *ordem simbólica* que estrutura um campo, a linguagem tem status de dispositivo (Esteves, 1998). O próprio Bourdieu define o campo como um lugar de lutas estratégicas que visam a *conservação, sucessão* ou *subversão*, em processos de produção, circulação e reconhecimento de bens científicos, marcados por falas, autoridades, saberes e jogos de linguagem (Bourdieu, 1983: 136-139). Adriano D. Rodrigues (2000) evidencia essa importância da linguagem ao abordar o processo de autonomização dos domínios da experiência, que constituem os campos autônomos, caracterizado pela legitimidade para “criar, impor, manter, sancionar e restabelecer os valores e as regras, tanto constitutivas como normativas que regulam um domínio autonomizado da experiência” (2000: 191). A legitimidade dos campos sociais é construída a partir das fronteiras, na tensão com outros campos, na delimitação de suas competências sobre um determinado domínio da experiência. Logo, não é de um movimento único de dentro, de um núcleo/objeto para fora, mas também (e talvez, principalmente) de fora, da margem, da periferia para dentro.

Um campo social constrói sua legitimidade de duas formas: “própria e vicária” (Rodrigues, 2000: 195ss); a primeira se dá no que lhe compete dentro de seus domínios; a segunda, naquilo que lhe é delegado por outros campos sociais. Portanto, a primeira competência é “esotérica”, válida ou construída dentro dos domínios específicos da

experiência de um campo. A segunda é “exotérica”, referente aos campos sociais cuja autonomização se deu na modernidade tardia, a partir da experiência de outros campos é que se constitui sua autonomização, vindo a constituir uma simbólica própria, mas também vicária. É o caso do “campo dos mídias” (sic). Desta forma, segundo Rodrigues, a disputa pelo monopólio do capital simbólico cultural/social se dá não só entre os agentes de um mesmo campo, mas entre campos sociais. E nessa disputa dentro e fora do campo, Bourdieu evidencia que buscar reconhecimento ou apelar para uma autoridade exterior ao campo vai atrair para o agente o descrédito dentro do seu lugar (1983: 127). É o caso de um cientista que na ânsia de aumentar seu capital simbólico via *visibilidade* de suas descobertas se antecipa publicando seus resultados numa revista de interesse geral ou num programa televisivo em vez de publicar num periódico específico do campo. Mesmo as instituições reguladoras da pesquisa e do ensino no Brasil atuam dessa forma. No currículo Lattes, da Capes/CNPq, a publicação em revistas ou jornais vale bem menos pontos que numa publicação denominada científica pelo certificado “Qualys”.

A capacidade *exotérica* dos campos sociais da modernidade tardia atribuída por Rodrigues (2000) ao campo midiático, que evidencia sua característica *vicária*, se configura em singularidades como o processo de produção de informação: *seletividade*, *geração de forma* e *memória*. A capacidade de recortar o mundo, estabelecendo a diferença entre o que é ou não importante (Cohn, 2001) ou a visão da comunicação como uma ocorrência seletiva (Luhmann, 2002) é o que caracteriza a *seletividade* midiática, constituída de “pressupostos que permitem proceder à seleção de acordo com a idéia de norma e de desvio se tornam constitutivos dos chamados valores-notícias e da própria idéia de atualidade” (Correia, 2003: 12). Aquilo que é selecionado ganha *forma* (Cohn, 2001), deixa de ser amorfo, indiferente. A forma gerada a partir da diferenciação é uma característica da produção midiática. A linguagem da mídia parte, muitas vezes, do senso comum e lhe imprime uma forma, um enquadramento.

A construção da notícia implica a utilização de enquadramentos, frames, como quadros de experiência que desempenham uma função estruturante dos fluxos comunicacionais e auxiliam o seu utilizador a localizar, perceber, identificar e classificar um número infinito de ocorrências (Correia, 2003: 12).

Essa diferença selecionada que ganha forma, segundo Cohn, é traduzida em signos e passa a operar com os sentidos, situando a informação no campo da comunicação. O

recorte, o enquadramento operado pelo campo midiático ganha sentido na medida em que *cria memória*, é ofertado como realidade pressuposta, sem necessitar fundamentá-la ou introduzi-la (Luhmann, 2002: 96). O campo midiático opera de modo vicário sobre o domínio da experiência de outros campos sociais na medida em que, pela seletividade, geração de formas e produção de memória, enquadra e prescreve o marco a partir do qual se comunica algo (Luhmann, 2002: 97). O campo midiático se colocaria na função de *mediador* entre o sistema social e o *mundo da vida* em vista da construção de uma *ordem social*, ou do equilíbrio do sistema, buscando o consenso. Embora restritos e generalizantes, podemos exemplificar essa função exotérica do campo midiático a partir dos três *campos programáticos*, definidos por Luhmann (2002): notícias/reportagem, da publicidade e do entretenimento. Utilizando os mesmos meios técnicos, agora potencializados pela digitalização da informação, esses diferentes campos produzem formas, estímulos e informações distintas. Operadas segundo as regras de cada campo programático, as seleções/formas constituem distintos *acoplamentos estruturais* com outros campos sociais, gerando diferentes tipos de interdependência com outros sistemas (política, mercado, arte etc), proporcionando uma sensação de unidade do sistema social. Claro que essa capacidade exotérica não é exclusividade do campo midiático, mas este, por ter o controle dos meios técnicos de difusão, assumiu com maior visibilidade essa competência (Esteves, 1998; Rodrigues, 2000).

Com a relevância que assume a mídia na contemporaneidade e a predominância de valores instrumentalistas sobre as exigências éticas e morais, o debate sobre o controle, os interesses e finalidades dos meios de comunicação de massa ganham relevo. Portanto, a lógica midiática não pode ser totalmente *auto-poiética*, visto que precisa da interação com o meio (o mundo da vida), com o espaço público, onde estão os demais agentes e campos sociais, para manter a sua legitimidade (Correia, 2003: 11-12). Correia ressalta que os próprios agentes do campo, os produtores midiáticos, estão inseridos na realidade do mundo da vida. E apreendem esta mesma realidade social a partir de um marco de familiaridade e do reconhecimento de um repertório que é profundamente social. Essas receitas e comportamentos típicos, apontados por Correia a partir de Schutz, podem ser relacionadas ao *habitus* proposto por Bourdieu como um conhecimento adquirido, uma disposição incorporada (Bourdieu, 1998: 61). Internamente ao campo midiático, são essas disposições que possibilitam a auto-preservação do próprio campo, para que não se dilua em sua interação com os demais,

em vista de sua função vicária. É o que afirmam Clóvis de Barros Filho e Luis Mauro Sá Martino ao analisar o *habitus jornalístico*.

Embora seja participante de um universo social comum e compartilhe das mesmas associações e significados do cidadão comum, a produção da notícia acontece em espaços e momentos específicos dotados não apenas de uma técnica particular, mas também de noções, referências e significados particulares (Barros Filho & Martino, 2003: 119).

Nesse movimento duplo, de ação exotérica e esotérica do campo midiático, Pissarra Esteves citado por Correia (2003: 11-12) denomina como *estratégia de desconfiância* a discussão sobre as estruturas de propriedade, linguagens e finalidades da mídia sob o risco da racionalidade instrumentalizadora vigente. E toma justamente como ponto de re-equilíbrio a necessidade de abertura entre a mídia e o público. E como recuperar a *confiança* numa sociedade cada vez mais complexa, com campos sociais distintos cada vez mais autonomizados, requerendo competências cada vez mais especializadas? O aparecimento das especializações científicas e o desenvolvimento das ciências modernas são elementos chaves na compreensão da autonomização dos campos sociais (Rodrigues, 2000: 190). E como a validade da competência do especialista é exotérica, ou seja, para além dos domínios de sua comunidade, deverá valer-se dos dispositivos técnicos e discursivos de seu campo para ser reconhecido como “perito”. São os especialistas que se tornam pontos de acesso, o rosto, a face, aos *sistemas abstratos*, diversidade de campos sociais existentes (Giddens, 1991). O médico, para a medicina; o padre, para a Igreja etc. Assim, na mídia, o público toma contato com as questões referentes aos sistemas abstratos, sobre os quais trata exotericamente o discurso midiático, através da figura de peritos, que estabelecem contato com a sociedade e conferem legitimidade ao discurso.

Mas se a *linguagem* é um elemento crucial dentro do contexto de formação do campo midiático (Esteves, 1998: 120), quais seriam as especificidades do discurso midiático e sua relação com os demais discursos sociais, manifestados pelos diferentes *sistemas peritos*? Para Adriano D. Rodrigues, “uma das características mais importantes do discurso midiático que permite distingui-lo de outras modalidades de discurso é o fato de o âmbito da sua legitimidade não ser delimitado por um domínio restrito da experiência” (1996: 34). É essa característica que dá ao discurso midiático *funções de mediação* dos demais campos e discursos sociais. Por ser um domínio da experiência “extremamente poroso e permeável, sem fronteiras”, logo contaminado e contaminante

dos demais discursos sociais, o discurso midiático não pode ter como delimitação de fronteiras o seu suporte de difusão (Rodrigues, 1996). Um conjunto de dispositivos e estratégias constituem essa característica exotérica do discurso midiático, ao passo que os discursos dos demais campos são esotéricos. Contudo, a contaminação recíproca entre o discurso midiático e os demais discursos “faz com que encontremos discursos midiáticos que não são veiculados pelos órgãos de informação tal como os órgãos de informação veiculam discursos não midiáticos” (Rodrigues, 1996: 33). Portanto, além de se colocar numa função de *mediação* social, a *permeabilidade* (Rodrigues, 1996) do discurso midiático aponta uma outra singularidade nos estudos dos processos midiáticos: os processos de *mediatização* produzidos em outros campos sociais.

## 2. Mediatização e Mediação como processualidade

A mídia não é estanque, mas historicamente situada, com mudanças cada vez mais radicais, principalmente a partir do século XX. Essa processualidade da mídia é também reivindicada por Roger Silverstone como ponto de partida dos estudos midiáticos.

Precisaremos examinar a mídia como um processo, como uma coisa em curso e uma coisa feita, e uma coisa em curso e feita em todos os níveis, onde quer que as pessoas se congreguem no espaço real ou virtual, onde se comunicam, onde procuram persuadir, informar, entreter, educar, onde procuram, de múltiplas maneiras e com graus de sucesso variáveis, se conectar umas com as outras (Silverstone, 2002: 16-17).

A centralidade da mídia nos processos socioculturais contemporâneos é evidente, seja ao ser reconhecida como “parte da textura geral da experiência” (Silverstone, 2002: 14), como nova forma da experiência humana (Meyrowitz, 1995), como fonte de informação e entretenimento ou de construção de imaginários coletivos vistos como espaços identitários (Mata, 1999: 83). O reconhecimento da capacidade configuradora das tecnologias e linguagens, segundo Mata, possibilitou superar visões que reduziam os meios a instâncias transportadoras de significados.

Foi possível pensar a cultura articulada em torno a meios e tecnologias como uma nova matriz para a produção simbólica dotada de um estatuto próprio e complexo, enquanto fundia anteriores modos de interação com novas formas expressivas, anteriores circuitos de produção com novas estratégias discursivas e de recepção (Mata, 1999: 83).

Podemos falar de uma cultura midiática que se intensifica pelo desenvolvimento da Internet, acompanhado das promessas de “um mundo interativo em que tudo e todos podem ser acessados, instantaneamente” (Silverstone, 2002: 17). A cultura midiática



não se resume ao avanço das tecnologias e instituições produtoras de mensagens, nem do aumento do uso e consumo das tecnologias e meios, mas no redesenho das interações e nas novas formas de estruturação das práticas sociais, assinalada pela existência dos meios (Mata, 1999: 85). Uma das mudanças é a transformação do espaço público contemporâneo em *espaço público midiático*, cuja funcionalidade e normatização é indissociável do papel da mídia (Correia, 1995: 3). E o acesso às tecnologias de produção e difusão de informação por parte dos públicos abriu espaço para uma redinamização e democratização da sociedade civil, cujos atores puderam tomar a palavra e fazer chegar ao espaço público interpretações conflitivas ao estabelecido e afirmações pelo reconhecimento de identidades excluídas (Correia, 1995: 14). É o caso dos objetos tecnoinformacionais como os telecentros, rádios e tvs via web, páginas e grupos de discussão on line, cujas lógicas de produção, circulação e reconhecimento são midiáticas e midiaticizadas.

Muniz Sodré defende que esses objetos não são mais somente dispositivos técnicos de comunicação socialmente produzidos pelo mercado capitalista, mas estão acoplados a um fluxo comunicacional, uma canalização estendida que pode transformar o código produtivo em “ambiência” existencial (Sodré, 2002: 20). Na geração de ambiências, há, como enfatiza Milton Santos, a necessidade dos objetos técnicos, mas também da ação significativa sobre eles. “Como hoje nada fazemos sem esses objetos que nos cercam, tudo o que fazemos produz informação” (Santos, 2002: 321). Podemos dizer que a sociedade midiaticizada se constitui na medida em que os processos sociais são mediados por objetos técnicos (tecnoesfera) e a ação é modalizada pela interação moderna entre tecnologia e valores sociais (psicoesfera) (Santos, 2002: 256). Porém, esclarece Braga, a sociedade midiaticizada não é uma “conseqüência” dos dispositivos técnicos de mídia, em sua abordagem é a sociedade que gera essa necessidade, tratando-se da origem e desenvolvimento destas tecnologias midiáticas.

... é porque a sociedade crescentemente gerou a necessidade, para processar suas interações, de comunicações mais amplas e abrangentes, mas específicas e especializadas, mais diversas, mais eficazes (etc.) que foi desenvolvendo mais e mais procedimentos e tecnologias mediáticas (Braga, 2004: 11).

Contudo, se queremos entender o processo de midiaticização pela visão da interação, ou seja, pela circulação, é preciso ver que o fluxo demanda uma nova visão, já não em termos de causa e conseqüência – perspectiva linear – mas em termos de circularidade.

O mesmo processo ocorre com a mediação, que implica movimento de significados, é circulação de significados para além de um fluxo de dois estágios (Silverstone, 2002: 33). Logo, se num momento a sociedade criou esses aparatos tecnológicos por demandas comunicacionais específicas, esses objetos, em seus usos, demandam novas formas e modalizações das interações. Como ressalta, Milton Santos, a respeito das cidades como objetos técnicos modernos, a co-presença e o intercâmbio também são condicionados pelas infraestruturas (2002: 319). A contrapartida do fluxo pode ser percebida, por exemplo, no que denomina Milton Santos a ação silenciosa ou, por vezes, ruidosa, dos pobres, ou seja, aqueles para quem não foi pensada – ou foram excluídos da – a racionalidade técnica.

Os pobres abrem um debate novo, inédito, às vezes silencioso, às vezes ruidoso, com as populações e as coisas já presentes. É assim que eles reavaliam a tecnoesfera e a psicoesfera, encontrando novos usos e finalidades para objetos e técnicas e também novas articulações práticas e novas normas, na vida social e afetiva (Santos, 2002: 326).

A produção de novos usos e finalidades nos obriga a ver o consumo como um lugar de disputa em que não está em jogo simplesmente a posse dos objetos. É também lugar de produção de sentidos, caracterizado pelos *usos* que dão forma social a esses mesmos objetos “e nos quais se inscrevem demandas e dispositivos de ação provenientes de diversas competências culturais” (Martín-Barbero, 2001: 302). E no processo de produção de sentidos, como assevera Jesús Martín-Barbero, recupera-se o processo de reconhecimento como *interpelação*, que questiona a constituição dos sujeitos individuais e coletivos e fortalece a sociabilidade. A mediação, portanto, não é individual, mas envolve o trabalho de instituições, grupos e tecnologias (Silverstone, 2002: 37). Pela formação dos hábitos, que possibilitam a direção e a especialização das atividades, os indivíduos caminham para a institucionalização das ações habituais (Berger & Luckmann, 2003: 78-79). Mas não podemos pensar a mediação somente em termos de sedimentação, de consenso ou acomodação. Ao mesmo tempo em que a linguagem mediação é institucional, é social e simbólica por implicar a compreensão intersubjetiva e atribuição de sentido ao mundo, a também produz relações de poder, visto que os falantes não se encontram no mesmo estatuto social e de poder (Correia, 2004: 15, 19, 23).

Sob o ponto de vista dos dispositivos tecnomidiáticos, é proveitoso metodologicamente recuperar o conceito de mediação não só como racionalidade, como lugar de onde se constroem processos de significação e ressignificação. Paulo Vaz

(2001) ao tratar de mediação e tecnologia propõe uma concepção de mediador/mediação enquanto lógica, prática, habitus, mas também como aquele/aquilo que está entre dois e os põe em contato – conexão, conectividade - segundo lógicas, formatos e regras de distribuição específicos. Aquele que coleta, produz, seleciona, filtra, formata. Corresponde a modelos e estruturas de poder contextualizadas socialmente. O mediador tradicional seria, por exemplo, o jornalismo impresso (Vaz, 2001: 47ss). E a Internet/rede como sistema acentrado, nós e intensidade de fluxos, apontaria para novas formas de interação todos-todos, em que cada um poderia ser um mediador, ampliando os fluxos, elegendo novas conectividades e aproximações e personalizações.

### 3. Tecno-interação, cultura e poder

Portanto, ao pesquisar o fenômeno da *tecno-interação*, temos que articular, trazer para o confronto, conceitos e teorias que possibilitem identificar o que há de comunicacional sob a ótica dos processos midiáticos. Seria possível construí-la a partir de uma compreensão que faz a articulação entre *técnica e usos e apropriações sociais*, sob o foco da perspectiva *interacional*?

Braga ressalta que para a Comunicação

é a questão interacional (mediática ou não) que deve prevalecer. As questões das demais áreas não devem, evidentemente, ser eliminadas (até porque não há comunicação em estado puro sem objetivos direcionados), mas sim analisadas enquanto sobre-determinações, tonalidades, especificações do processo interacional (Braga, 2004: 13).

Assim, o foco interacional ou a questão interacional, em relação aos dispositivos tecnomidiáticos e aos seus usos e apropriações sociais, se dá justamente nesse encontro entre dispositivos e usos, produzindo pela interação *lugares/enquadramentos, vínculos* entre dispositivos que ofertam e aqueles que se posicionam na recepção e consumo da oferta. Ou seja, questões vão surgir, justamente, em “função da *circulação* das estratégias de sentido em produção e recepção” (Fausto Neto, 2001: 8). A *circulação* é destacada por Fausto Neto como uma *esfera de articulação*, lugar constituinte da relação, no processo de comunicação. Assim, fazendo uma aproximação entre Braga e Fausto Neto, poderíamos afirmar que interessa para a comunicação, midiática ou não, a questão interacional como *lugar de circulação entre oferta e consumo*.

No caso dos produtos midiáticos, os formatos geram ambiências, ou seja, espaços, lugares de circulação, onde ocorre a interação. Erving Goffman ao tratar da fotografia publicitária, aborda a tentativa do fotógrafo em eliminar a ambigüidade, pedindo ao

modelo que “simule uma resposta gestual para qualquer fantasma que gire à volta do aparelho, isto é, de fato, no espaço que nós, espectadores, supostamente habitamos” (Goffman, 1999: 164).<sup>3</sup> Nos processos midiáticos, os acontecimentos importam um certo número de operações padronizadas (Mouillaud) e ritualizadas (Goffman) em suas condições de produção para serem ofertados que objetivam criar um pacto, um lugar de conexão, de interação, com o receptor.

Para Mouillaud, os dispositivos modalizam, instauram o enquadramento da interação, seu cenário e encenação. São matrizes, muito mais do que suportes, existem antes do texto, o precedem, comandam sua duração e extensão. Pertencem a lugares institucionais; um modo de estruturação do espaço e do tempo (Mouillaud, 2002: 33). Essa perspectiva dos dispositivos pode ser ampliada para estruturações do tempo e do espaço das relações coletivas, por exemplo, motivadas pela mediação de dispositivos tecnomidiáticos.

Os dispositivos tecnomidiáticos podem se situar no lugar de articulação entre oferta e recepção, instaurando modalizações e enquadramentos da oferta. Paulo Vaz (2001) distingue as possibilidades de mediação da internet tanto pelas configurações tecnológicas quanto pelos interesses mercadológicos, sociais ou identitários. Os quais estão acoplados nas formas de organização e recuperação dos dados, no processo constituído na interação entre as ações de quem oferta e as ações de quem navega na rede, produzindo determinadas formas de deslocamento, de encontro, conexão, envolvimento, interesses, saturação, modalização, enquadramentos.

Se tomarmos os *processos midiáticos* como processo de *acontecimento*,<sup>4</sup> de recorte individual, marcado pelos interesses de pesquisa e tensionamento com interfaces diversas do conhecimento, talvez encontremos aí esse ânimo e essa disposição renovadora, capaz de impulsionar a “construção” do campo. Deste modo, os processos midiáticos e, por contigüidade, aqueles não-midiáticos – mas que sofrem seus efeitos (mídiatização) – nos interessam no enquadramento em que situamos as mídias enquanto dispositivos que enunciam, criam relações, conexões, formatam, formalizam, ritualizam, organizam, regulam, selecionam, filtram, produzem o social e possibilitam a interação

---

<sup>3</sup> A encenação criada pelo publicitário na composição da fotografia busca uma interação e a formaliza com quem está fora dela. Produz situações em geram espaços que supostamente habitamos ao interagir com a publicidade, com os jornais, programas televisivos, para além do suporte.

<sup>4</sup> Para Mouillaud, a experiência não pode ser reproduzida, já o acontecimento, sim (2002: 61). Se tratarmos os objetos de pesquisa em comunicação como acontecimentos, a partir da noção de enquadramento proposta por Mouillaud, veremos que, por não dar conta da totalidade, recortamos fragmentos, ou seja, processos situados num contexto demarcado por um enquadramento, capazes de recuperar a cena em que se situa nossa investigação.

social. Sem esquecer uma visão de fluxo comunicacional capaz de perceber na circulação, no tensionamento entre oferta e diferentes formas de apropriação, operações de ressignificação, reutilização, novas configurações de uso (Santos) e recriação (Winkin).

Essas operações e dispositivos dos processos midiáticos atuam nos processos de hibridização cultural, muitas vezes de maneira imprevista, quando grupos hegemônicos ou populares se apropriam dos benefícios da modernidade, especificamente as tecnologias digitais de comunicação e difusão de informação (García-Canclini, 2004: 4). Um exemplo desses processos é a adaptação dos indígenas brasileiros, no Centro-Oeste, que buscaram apoio da Universidade Federal do Goiás para criar rádios comunitárias e centros de acesso à internet. Já produzem uma programação diária e possuem um site web para se comunicarem com outras comunidades indígenas e dar visibilidade às suas demandas sociais e culturais. Trata-se de movimentos interculturais sobre os meios e novas tecnologias, de reapropriação por parte dos receptores (García-Canclini, 1998: 346) para além da idéia de “leitura crítica”, mas atuando como produtores midiáticos, embora nem sempre produzam e veiculem discursos especificamente midiáticos.

É a noção de discurso proposta por Michel Foucault, que expôs a íntima relação entre linguagem e poder (Fidalgo, 2004). Se pensarmos os processos midiáticos relacionados aos objetos tecnoinformacionais,<sup>5</sup> percebemos que “os meios e as formas de comunicação constituem tipos de discurso determinantes das relações de poder e de dominação nas sociedades contemporâneas” (Fidalgo, 2004: 3). E no contexto contemporâneo, nas práticas construídas na relação sujeitos-objetos tecnoinformacionais foi relevante a constatação das identidades em mutação, e não somente a percepção de um indivíduo autônomo (Fidalgo, 2004: 7). E isso se sedimenta na ampliação de movimentos, comunidades virtuais ou não, movimento de protesto, que tornam mais complexa essa tentativa de sistematização das identidades, abrindo espaço para novos processos de interação e de participação com estes mesmos meios e formas de comunicação.

## **Bibliografia**

---

<sup>5</sup> Fidalgo (2004) faz justamente a análise dos bancos de dados, partindo do seu sentido inicial de processo digital de armazenamento e combinação com múltiplas entradas de informações, marcados por uma pobreza narrativa. Contudo, na medida em que vão acumulando sub-repeticionalmente informações acerca dos indivíduos, torna possível combiná-las, construindo perfis dos mais diversos: gostos, aquisições, formação, desempenho acadêmico, ficha criminal etc. Como discurso, o banco de dados passa a atuar sobre o sujeito, posicionando-o com relação às estruturas de dominação que organizam e nutrem o sistema.

- BERGER, Peter e LUCKMANN, Thomas. A sociedade como realidade objetiva. In: \_\_\_\_\_. *A construção social da realidade*. Petrópolis: Vozes, 2003; p. 69-142.
- BOURDIEU, Pierre. A gênese dos conceitos de *habitus* e de campo. In: \_\_\_\_\_. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998. p. 59-73.
- \_\_\_\_\_. Sobre o campo científico. In: ORTIZ, Renato (org.). *Pierre Bourdieu*. São Paulo: Ática, 1983. p. 122-155.
- BRAGA, José Luiz. *Os estudos de interface como espaço de construção do campo da comunicação*. In: Grupo de Trabalho Epistemologia da Comunicação, XIII Compós, São Bernardo do Campo, 2004, 18 pág.
- COHN, Gabriel. O campo da comunicação. In: Fausto Neto, Antonio; PRADO, José Luis Aidar e PORTO, Sérgio Dayrell (orgs.) *Campo da comunicação: caracterizações, problematizações e perspectivas*. João Pessoa: UFPB, 2001. p. 41-51.
- CORREIA, João Carlos. Mediação, cultura e sociabilidade. In: \_\_\_\_\_. *Comunicação e cidadania*. Lisboa: Livros Horizonte, 2004. p.13-40.
- \_\_\_\_\_. *O poder do jornalismo e mediatização do espaço público*. BOCC - Biblioteca On Line de Ciências da Comunicação, [<http://www.bocc.ubi.pt/pag/jcorreia-poder-jornalismo.pdf>], 1995, 16 págs. (Acessado em 17 de outubro de 2005).
- \_\_\_\_\_. *Os mass medias entre o sistema e o mundo da vida*. BOCC - Biblioteca On Line de Ciências da Comunicação, [<http://www.bocc.ubi.pt/pag/correia-joao-carlos-mass-media-mundo-da-vida.pdf>], 2003, 14 págs. (acessado em 17 de outubro de 2005)
- ESTEVES, João Pissarra. A formação dos campos sociais e a estrutura da sociedade moderna. In: \_\_\_\_\_. *A ética da comunicação e os media modernos*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1998. p. 111-142.
- FAUSTO NETO, Antonio. A pesquisa vista de dentro de casa. In: VVAA. *Tensões e objetos da pesquisa em comunicação*. Porto Alegre: Compós/Sulina, 2002. p. 21-35.
- \_\_\_\_\_. *Ensinando à TV Escola*. João Pessoa: Ed. UFPB, 2001.
- FIDALGO, Antônio. *O modo de informação de Mark Pôster*. <http://www.bocc.ubi.pt>. Acessado em 19 de julho de 2004. 11 pág.
- GARCÍA-CANCLINI, Nestor. Culturas híbridas e poderes oblíquos. In: *Culturas híbridas*. 2ª ed., S. Paulo: Edusp, 1998. p. 283-350.
- \_\_\_\_\_. *Notícias recientes sobre la hibridación*. <http://www.cholonautas.com>, acessado em 2 de agosto de 2004. 15 pág.
- GIDDENS, Anthony. Confiança e modernidade. In: \_\_\_\_\_. *As conseqüências da modernidade*. São Paulo: Edusp, 1991. p. 83-113.
- GOFFMAN, Erving. A ritualização da feminilidade. In: \_\_\_\_\_. *O momento e seus homens*. Lisboa: Relógia D'Água, 1999, p. 154-189.
- GOMES, Pedro Gilberto. Os processos midiáticos como objeto de estudo. In: \_\_\_\_\_. *Tópicos da teoria da comunicação*. S. Leopoldo: Unisinos, 2004, p. 18-33.
- LUHMANN, Niklas. Acoplamentos. In: \_\_\_\_\_. *La realidad de los médios de masas*. Madrid: Anthropos, 2002. p. 93-103.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. Os métodos: dos meios às mediações. In: \_\_\_\_\_. *Dos meios às mediações – comunicação, cultura e hegemonia*. 2ª ed., Rio de Janeiro: UFRJ, 2001, 270-333.

- MARTINO, Luís Cláudio. *História e identidade: apontamentos epistemológicos sobre a fundação do campo comunicacional*. In: XII Compós. São Bernardo do Campo, 2004. 18 p.
- MATA, Maria Cristina. De la cultura masiva a la cultura midiática. In: *Diálogos de la comunicación*, número 56, Lima: FELAFACS, 1999. p. 80-91.
- MEYROWITZ, Joshua. Mediating communication: what happen? In: DOWNING, J.; MOHAMMADI, A; SREBERNY-MOHMAMMADI, Anna Belle (orgs.). *Questioning the media: a critical introduction*. London: Sage, 1995. p. 39-53.
- MOUILLAUD, Maurice. A crítica do acontecimento ou o fato em questão. In: MOUILLAUD, Maurice e PORTO, Sérgio Dayrell (orgs.). *O jornal: da forma ao sentido*. Brasília: Ed. UNB, 2002, p. 25-28.
- \_\_\_\_\_. Da forma ao sentido. In: MOUILLAUD, Maurice e PORTO, Sérgio Dayrell (orgs.). *O jornal: da forma ao sentido*. Brasília: Ed. UNB, 2002, p. 29-36.
- \_\_\_\_\_. Preliminares. In: MOUILLAUD, Maurice e PORTO, Sérgio Dayrell (orgs.). *O jornal: da forma ao sentido*. Brasília: Ed. UNB, 2002, p. 25-28.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. A emergência dos campos sociais. In: VVAA. *Reflexões sobre o mundo contemporâneo*. Teresina: UFPi/Revan, 2000. p. 189-198.
- \_\_\_\_\_. O discurso dos media. In: \_\_\_\_\_. *O discurso mediático*. Lisboa: mimeo, 1996. p.33-45.
- SANTOS, Milton. O lugar do cotidiano. In: \_\_\_\_\_. *A natureza do espaço*. São Paulo: Edusp, 2002, pp. 313-340.
- \_\_\_\_\_. Do meio natural ao meio técnico-científico-informacional. In: \_\_\_\_\_. *A natureza do espaço*. São Paulo: Edusp, 2002, pp. 233-259.
- SILVERSTONE, Roger. A textura da experiência. In: \_\_\_\_\_. *Por que estudar a mídia?* S. Paulo: Loyola, 2003. p. 11-32.
- \_\_\_\_\_. Mediação. In: \_\_\_\_\_. *Por que estudar a mídia?* S. Paulo: Loyola, 2003. p. 33-44.
- SODRÉ, Muniz. O ethos midiaticizado. In: *Antropológica do espelho*. Petrópolis: Vozes, 2002, pp. 11-83.
- VAZ, Paulo. *Mediações e tecnologia*. Revista da Famecos, nº 16, Porto Alegre, 2001, p. 45-58.
- WINKIN, Ives. O e-mail não é um telégrafo: NTIC e aprendizagens sociais. In: \_\_\_\_\_. *A nova comunicação: da teoria ao trabalho de campo*. Campinas-SP: Papyrus, 1998, pp.189-209.