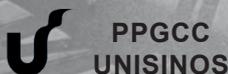


Entre o que se diz e o que se pensa: onde está a midiaticização?

Jairo Ferreira
Ana Paula da Rosa
Antônio Fausto Neto
José Luiz Braga
Pedro Gilberto Gomes
(Organizadores)



SEMINÁRIO INTERNACIONAL
MIDIATIZAÇÃO E
PROCESSOS SOCIAIS



FACOS-UFSM

Este livro é resultado de um longo processo de interlocução, anterior, concomitante e posterior à realização do I Seminário Internacional de Pesquisas em Mídiação e Processos Sociais, no PPGCC-Unisinos, com apoio da Capes e do CNPq. Anterior, porque nasceu de vários projetos de cooperação, mobilidade e interação com pesquisadores convidados, do Brasil e do exterior. Concomitante, porque os convidados participaram intensamente não só das mesas de conferências e debates, mas também dos Grupos de Trabalho formados a partir das submissões de trabalho ao Evento. Posterior, porque resulta de um processo editorial que busca atender aos critérios de qualidade de obras coletivas na área. Os artigos foram escritos após o evento, tendo-se solicitado aos autores que dialogassem com os debates ali ocorridos, qualificando suas intervenções.

O Seminário proposto permitiu que pesquisadores, docentes e discentes, integrem-se a um debate internacional sobre a linguagem de pesquisa Mídiação e Processos Sociais, incluindo a mobilidade e formação. Atua-se, assim, em tempo de reverter tendências já observadas de que esse objeto de pesquisa seja apropriado especificamente pelo Norte, considerando suas competências linguísticas e de rede de pesquisas, acionadas por sistemas de integração que se reproduzem. Essa inserção corresponde aos objetivos dos processos formativos, de mobilidade e de investigação da proposta, buscando horizontalidades e trocas entre os diversos polos de pesquisa. Essa sinergia possibilita situar as questões, proposições, métodos e metodologias de pesquisas desenvolvidas no Brasil, em especial nos grupos que pesquisam mídiação, em interlocução com os pares do Norte, em seus processos formativos, de investigação e mobilidade.

**ENTRE O QUE SE DIZ E O QUE SE PENSA:
ONDE ESTÁ A MEDIATIZAÇÃO?**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA

Reitor Paulo Afonso Burmann
Vice-reitor Paulo Bayard Dias Gonçalves
Diretor do CCSH Mauri Leodir Lebner
Chefe do Departamento de Ciências da Comunicação Viviane Borelli

Título Entre o que se diz e o que se pensa: onde está a mediação?
Organizadores Jairo Ferreira
Ana Paula da Rosa
Antônio Fausto Neto
José Luiz Braga
Pedro Gilberto Gomes
Tradutores Andrea da Rosa
Paula Paes
Revisor Luís Marcos Sander
Diagramação Casa Leiria
Fotografia da capa Cristina Lima

FACOS-UFSM

Comissão Editorial Ada Cristina Machado da Silveira (UFSM)
Eugênia Maria Mariano da Rocha Barichello (UFSM)
Flavi Ferreira Lisbôa Filho (UFSM)
Maria Ivete Trevisan Fossá (UFSM)
Sonia Rosa Tedeschi (UNL)
Susana Bleil de Souza (UFRGS)
Valentina Ayrolo (UNMDP)
Veneza Mayora Ronsini (UFSM)
Paulo César Castro (UFRJ) Monia Maronna (UDELAR)
Marina Poggi (UNQ) Gisela Cramer (UNAL)
Eduardo Andrés Vizer (UNILA)

Conselho Técnico Administrativo Aline Roes Dalmolin (UFSM)
Leandro Stevens (UFSM)
Liliane Dutra Brignol (UFSM)
Sandra Depexe (UFSM)

Jairo Ferreira
Ana Paula da Rosa
Antônio Fausto Neto
José Luiz Braga
Pedro Gilberto Gomes
(Organizadores)

**ENTRE O QUE SE DIZ E O QUE SE PENSA:
ONDE ESTÁ A MIDIATIZAÇÃO?**

**FACOS-UFSM
SANTA MARIA-RS
2018**

Entre o que se diz e o que se pensa: onde está a mediação?

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de
Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES)
Código de Financiamento 001

Apoio CNPq – ARC 436654/2016-4



I SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE
PESQUISAS EM MÍDIAS E
PROCESSOS SOCIAIS

E61 Entre o que se diz e o que se pensa: onde está a mediação?
[recurso eletrônico] / Organização Jairo Ferreira...[et al.].
Santa Maria: FACOS - UFSM, 2018.

ISBN 978-85-8384-057-2

Trabalho realizado com o apoio da Coordenação de
Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior -
Brasil (CAPES)

1. Mídia e mediação – Pesquisa. 2. Mídia e mediação –
Processos sociais. 3. Mídia e mediação – Investigação e
mobilidade. I. Ferreira, Jairo (org.).

CDU 659.3

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Bibliotecária: Carla Inês Costa dos Santos – CRB 10/973



Este trabalho está licenciado com uma Licença Creative Commons
Atribuição-NãoComercial-SemDerivações 4.0 Internacional.

SUMÁRIO

- 11 APRESENTAÇÃO: O SEMINÁRIO E O LIVRO “ENTRE O QUE SE DIZ E O QUE SE PENSA: ONDE ESTÁ A MEDIATIZAÇÃO?”
Os organizadores

PRIMEIRA PARTE MEDIÇÃO E MEDIATIZAÇÃO

- 21 DISPOSITIVO, MEDIATIZAÇÃO E MEDIAÇÃO: TRÊS CONCEITOS-CHAVE PARA ANALISAR AS SITUAÇÕES DE FORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO MEDIATIZADA
Daniel Peraya
- 39 PARA UMA ATUALIZAÇÃO DA ABORDAGEM DA MEDIATIZAÇÃO DAS AÇÕES INFOCOMUNICACIONAIS
Bernard Miège
- 63 MEDIAÇÃO, MEDIATIZAÇÃO: CONCEITOS ENTRE TRAJETÓRIAS, BIOGRAFIAS E GEOGRAFIAS
Antônio Fausto Neto

SEGUNDA PARTE SEMIOSE E MEDIATIZAÇÃO

- 103 BAJO EL SIGNO DEL PRESENTISMO: MEDIATIZACIÓN, CULTURA Y SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA
Mario Carlón
- 139 AS SEMIOSES DA MEDIATIZAÇÃO
Lucrecia D'Alessio Ferrara
- 161 CIRCULAÇÃO COMO VALOR: A VIDA PÓSTUMA DAS IMAGENS TRANSFORMADAS EM SÍMBOLOS
Ana Paula da Rosa

TERCEIRA PARTE

RELIGIÃO E MEDIATEZAZÃO

- 189 MEDIATEZAZÃO, ESPÍRITO PÓS-NEOPROTESTANTE E ÉTICA DO CAPITALISMO “AFETIVO”
Stefan Bratosin
- 219 MEDIATEZAZÃO, NORTE E SUL: PONTUAÇÕES E DELINEAMENTOS DO CONCEITO NA PESQUISA BRASILEIRA E ANGLO-SAXÔNICA
Luís Mauro Sá Martino
- 241 A MEDIATEZAZÃO, ESPIRITUALIDADE E INTERNET
Pedro Gilberto Gomes, S. J.

QUARTA PARTE

INSTITUIÇÕES E MEDIATEZAZÃO

- 253 AS DUAS FACES DA CONECTIVIDADE DIGITAL: A TRANSFORMAZÃO DAS DEPENDÊNCIAS SOCIAIS
Stig Hjarvard
- 281 ENTRE A INSTITUIÇÃO E A ORGANIZAÇÃO
Muniz Sodré
- 291 INSTITUIÇÕES & MEDIATEZAZÃO – UM OLHAR COMUNICACIONAL
José Luiz Braga

QUINTA PARTE

MEIOS, DISPOSITIVOS E MEDIATEZAZÃO

- 315 FICCIÓN NARRATIVA Y MEDIATEZAZÓN: ACERCA DE SUS RELACIONES
Oscar Traversa
- 335 PROCESSOS DE MEDIATEZAZÃO: AGENDA E DESAFIOS DA PESQUISA NO DOMÍNIO DA COMUNICAÇÃO
Giovandro Marcus Ferreira
- 359 GENEALOGIA DOS MEIOS E MATERIALIZAÇÃO DAS EXPERIÊNCIAS MENTAIS: PERSPECTIVAS PARA PENSAR A MEDIATEZAZÃO
Jairo Ferreira
- 377 AUTORES

Apresentação: o seminário e o livro “Entre o que se diz e o que se pensa: onde está a midiatização?”

Este livro é resultado de um longo processo de interlocução, anterior, concomitante e posterior à realização do I Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais, no PPGCC-Unisinos, com apoio da Capes e do CNPq. Anterior, porque nasceu de vários projetos de cooperação, mobilidade e interação com pesquisadores convidados, do Brasil e do exterior. Concomitante, porque os convidados participaram intensamente não só das mesas de conferências e debates, mas também dos Grupos de Trabalho formados a partir das submissões de trabalho ao Evento. Posterior, porque resulta de um processo editorial que busca atender aos critérios de qualidade de obras coletivas na área. Os artigos foram escritos após o evento, tendo-se solicitado aos autores que dialogassem com os debates ali ocorridos, qualificando suas intervenções.

O Seminário Internacional contou com a participação de duas centenas de pesquisadores. É organizado em dois níveis. No primeiro nível – as mesas –, busca-se um movimento reflexivo descendente, com pesquisadores

convidados, brasileiros e do exterior, e os pesquisadores vinculados ao PPGCC-Unisinos, da Linha de Pesquisa Midiaticização e Processos Sociais. Outro movimento é ascendente. Os Grupos de Trabalho, constituídos a partir de chamada pública de trabalhos, selecionados conforme descrito abaixo.

As mesas são formadas com base em critérios. Um eixo de critérios assegura um equilíbrio entre os participantes do PPGCC-Unisinos que pesquisam conforme a linhagem Midiaticização e Processos Sociais, os convidados nacionais e internacionais, também vinculados a essa linhagem, e os convidados nacionais e internacionais externos a essa linhagem, mas que aceitam debater, de forma crítica e analítica, em torno dos temas sugeridos pelo Seminário. Outro eixo de distribuição segue o equilíbrio entre convidados nacionais e internacionais, do Sul e do Norte. A programação proposta de mesas resulta desses critérios.

No Seminário realizado em 2016, foram formadas cinco mesas com pesquisadores da França (3), Dinamarca (1), Argentina (2) e Brasil (4). A programação do I Seminário e sua estrutura podem ser vistas em <http://www.midiaticom.org/programacao/>. No total, foram 15 horas de debates nas cinco mesas.

Os Grupos de Trabalho foram formados a partir da submissão de trabalhos. As submissões foram feitas por 250 autores e 217 resumos ampliados. Desses, foram selecionados cerca de 188 trabalhos. Após inscrições, o Seminário contou com a participação de pesquisadores, doutorandos, mestrandos e graduandos, na proporção sugerida nesta proposta, numa adesão quatro vezes maior do que o previsto pela Comissão Organizadora. Os trabalhos foram selecionados por dois pareceristas, de forma cega, mobilizando-se para isso pesquisadores, doutores, doutorandos, mestres e mestrandos, que avaliaram (num grupo de mais de três dezenas de pareceristas) cada um dos trabalhos submetidos por colegas com

formação em nível inferior, com notas classificatórias, que resultaram nos trabalhos aprovados. Esses foram depois agrupados pela Comissão Organizadora, de forma sucessiva, até chegar aos 17 Grupos de Trabalho do evento (<http://www.midiaticom.org/gts/>).

O Seminário proposto permitiu que pesquisadores, docentes e discentes, integrem-se a um debate internacional sobre a linhagem de pesquisa Miatização e Processos Sociais, incluindo a mobilidade e formação. Atua-se, assim, em tempo de reverter tendências já observadas de que esse objeto de pesquisa seja apropriado especificamente pelo Norte, considerando suas competências linguísticas e de rede de pesquisas, acionadas por sistemas de integração que se reproduzem. Essa inserção corresponde aos objetivos dos processos formativos, de mobilidade e de investigação da proposta, buscando horizontalidades e trocas entre os diversos polos de pesquisa. Essa sinergia possibilita situar as questões, proposições, métodos e metodologias de pesquisas desenvolvidas no Brasil, em especial nos grupos que pesquisam miatização, em interlocução com os pares do Norte, em seus processos formativos, de investigação e mobilidade.

Em seu balanço na condição de *ombudsman* do Seminário, Stig Hjarvard destacou esse traço como distintivo das pesquisas do Sul:

As discussões sobre miatização aqui no Brasil se desenvolvem na perspectiva da semiótica, filosofia da comunicação e antropologia. Em um contexto nórdico e europeu, isso é bem diferente. Muitas das pessoas envolvidas em discussões sobre a miatização vêm de estudos de mídia com uma orientação para a sociologia ou sociologia cultural, e muitos norte-europeus têm uma inclinação empírica mais forte (HJARVARD, 2016).

Essa importante percepção, entretanto, pode ser ponderada e enriquecida pelos detalhes específicos das mesas de debates realizadas.

A primeira mesa debateu os conceitos de midiaticização no Brasil e no espaço da francofonia, com a presença de Bernard Miège, Daniel Peraya e Antônio Fausto Neto. O debate expõe a diferenciação entre abordagens sociológicas e semioantropológicas do conceito. Essa diferenciação não corresponde exatamente a territórios. Peraya desenvolve, há décadas, uma abordagem da midiaticização em que também mobiliza perspectivas epistemológicas fundadas pelas teorias da linguagem. Esse detalhe talvez nos impeça de falar em uma clivagem epistemológica que corresponda à distribuição geográfica das pesquisas.

Mesmo no âmbito de um recorte semiótico, a abordagem da midiaticização como vinculada aos estudos dos meios aparece. A mesa formada com a presença de Mario Carlón, Lucrécia Ferrara e Ana Paula da Rosa, tendo como foco a semiose, mostra que a perspectiva inaugurada por Eliseo Verón (Carlón e Rosa) é distinta da perspectiva semiótica apresentada por Ferrara. Essa pesquisadora opera com distinções epistemológicas entre processos midiáticos e processos comunicativos: “A epistemologia dos meios encontra sua contraface na epistemologia das interações, ou seja, não se opõem, entretanto traçam caminhos diferentes que não podem ser confundidos, porque produzem epistemes distintas, se não conflitantes”. Ou seja, na perspectiva de Ferrara, a midiaticização se refere a uma epistemologia sobre os meios – indicando que a semiótica não resolve essa distinção –, processos midiáticos ou interações.

Essa tensão – entre a centralidade das relações e dos meios – é retomada por Martino, que a considera produtiva quando se pensa a midiaticização, indicando-se aí a fecundidade do conceito, inclusive para pesquisas empíricas. Na mesma mesa que teve como tema a religiosidade,

a pedra filosófica é lançada por Pedro Gilberto Gomes com o conceito de ambiência, relativo a processos metamidiáticos, mas que se relaciona à historicidade dos meios e às relações aí tramadas nos usos sociais. Outro deslocamento: a problemática socioantropológica do simbólico, por Stefan Bratosin, abrindo outros olhares sobre o tema, na perspectiva da midiatização.

Isso se mostra também na mesa com Muniz Sodré, Stig Hjarvard e José Luiz Braga, quando abordam as relações entre instituições e midiatização. Sodré constrói uma clivagem entre organização e instituição, para, referindo-se à sua reflexão sobre os dispositivos, deslocar a reflexão sobre as articulações entre formas (poder) e afetos (subjetivações) e sobre o que se “*institui* organizacionalmente”. Indício da interlocução entre os participantes, essa clivagem é retomada por Braga em seu capítulo, mas direcionada a um balanço reflexivo sobre o conceito de midiatização que se desenvolve, em vários momentos, com referência explícita à institucionalização. Se essas duas abordagens são mais especulativas sobre o próprio conceito de instituição quando relacionada à midiatização, Stig sugere outro caminho, em que o termo não é objeto de questionamentos epistemológicos, mas sim referência para pensar a midiatização em pesquisa empírica que apresenta.

A última abrange outra diferenciação epistemológica sobre o que é midiatização, como destacou Stig a partir de seu lugar de ombudsman:

Acho que o professor Pedro também apontou para esse problema ontem na sessão da manhã, quando disse que deveríamos ter cuidado para não transformar tudo em comunicação, porque então a comunicação não significaria nada. Na mesma linha, eu diria que devemos ter cuidado para não transformar a midiatização em uma abstração que possa significar tudo, desde a idade

da pedra até os dias atuais. Porque então a mediação acabaria significando tudo (ou nada). Isto é, do ponto de vista europeu, penso que a mediação não é apenas um conceito, mas denota processos do mundo real e denota transformações ocorridas desde meados do século XX e intensificadas nas últimas décadas.

[...]

Assim, discutimos os processos fundamentais de externalização, objetivação e deslocamento da mente através da linguagem e a capacidade humana de produzir representações simbólicas em objetos físicos como, por exemplo, Oscar Traversa e Jairo Ferreira fizeram em suas conferências no Seminário. Depois disso, a mídia é entendida em um sentido extremamente amplo. Esta orientação para especular sobre os fundamentos da mediação faz com que o conceito se refira a processos separados das circunstâncias sociais específicas e do contexto histórico – quase um fenômeno universal e transumano, tanto no tempo quanto no espaço. Embora tais discussões sobre a ontologia da comunicação e da mídia sejam importantes por si só, elas parecem-me se distanciar muito dos processos atualmente em curso de mediação na sociedade contemporânea (HJARVARD, 2016).

Bem observado. Os capítulos de Jairo Ferreira e Oscar Traversa, convergindo com a abordagem de Verón (2014), pensam a mediação como externalização dos processos mentais em signos materiais, o que a situa como parte do processo de diferenciação da espécie em relação à natureza. Traversa vai focar isso nas narrativas; Ferreira, na genealogia dos meios. Diverso é o capítulo de Giovandro Ferreira, que apresenta um conjunto de inferências

entre teorias da comunicação e os meios de comunicação, buscando epistemes para pensar a mediação nessa relação. O conjunto de questões que apresenta indica as preocupações com os processos sociais correlatos: “Qual a implicação dos meios de comunicação no que concerne à organização social de uma determinada época? Quais as implicações dos meios de comunicação no desenvolvimento e estruturação das sociedades contemporâneas e do seu futuro?”

Os organizadores

Referências

- VERÓN, Eliseo. Teoria da mediação: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. *Revista Matrizes*. São Paulo, v. 8, n. 1, p. 13-19, jan./jun. 2014.
- HJARVARD, Stig. Ombudsman do I Seminário. Gravação em áudio. Acesso restrito. 2016.

PRIMEIRA PARTE
MEDIAÇÃO E MEDIATEZACÃO

Daniel Peraya
Bernard Miège
Antônio Fausto Neto

Dispositivo, mediatização e mediação: três conceitos-chave para analisar as situações de formação e comunicação mediatizada

**Dispositif, mediatization, and mediation:
Three key concepts for analyzing training
situations and mediatized communication**

Daniel Peraya

Professor, Université de Genève

Resumo: Este capítulo aborda o trânsito da linguística e semiótica para o conceito de dispositivo, uma das chaves para pensar as mediações e a midiatização. Considera-se a gênese a partir do uso do conceito de dispositivo em Eli-seo Verón e as diferenciações entre senso comum e perspectivas epistemológicas do conceito, visando diferenciar mediações e midiatização. O campo de reflexão está em diálogo com os usos e práticas em processos formativos – identificando-se, inclusive, as referências teóricas

e metodológicas em curso e potenciais para investigação empírica.

Palavras-chave: Dispositivos. Mediatização. Mediações.

Abstract: This chapter addresses the transition from linguistics and semiotics to the concept of dispositif, one of the keys to thinking about mediation and mediatization. It discusses the genesis of the use of the concept of device in Eliseo Verón and the differentiation between common sense and epistemological perspectives of this concept, aiming to differentiate mediations and mediatization. The field of reflection dialogues with the uses and practices in formative processes and also identifies the current theoretical and methodological references and the potential for empirical research.

Keywords: Devices. Mediatization. Mediation.

1. Na área da comunicação: da enunciação linguística à comunicação mediatizada¹

O que as ciências da informação e da comunicação trazem para o conceito de dispositivo? Como resultado, e sem dúvida também em reação à barreira formal da linguística, que estuda estritamente o enunciado, desenvolvem-se tanto uma linguística da enunciação quanto uma linguística pragmática que reintroduzem os interlocutores e suas inter-relações, o contexto da enunciação, assim como os efeitos da linguagem, a relação da língua com o mundo e suas situações: as operações de codificação e decodificação de sentido dão lugar à construção da significação por sujeitos localizados em um dado ambiente. O termo dispositivo de enunciação já está presente nos trabalhos da pragmática linguística e da semiopragmá-

1 A contribuição que publicamos neste livro constitui uma síntese da evolução de nossas concepções desde sua primeira formulação no final dos anos 90 na revista *Hermès*. O leitor, portanto, encontrará necessariamente elementos de artigos publicados até 2014.

tica². Sem entrar nos detalhes de sua evolução, a noção se impôs gradualmente em um universo de comunicação privada de tecnologias para explicar a complexidade dos sujeitos, suas interações e seus papéis, localizados, contextualizados.

Por sua vez, a análise comunicacional das mídias (incluindo as mídias educativas) começou com a análise de conteúdo, independentemente da sua natureza semiótica (registro de representação): gráfica, audiovisual, cinematográfica, televisiva. Como a linguística estrutural, a semiótica se desenvolve também como uma análise do enunciado definido como um processo de codificação e decodificação de um sistema de signos. Quando a linguística se tornou pragmática, a semiótica adaptou seu referencial teórico a essa nova linguística que leva em conta o contexto da enunciação, as intenções dos interlocutores assim como os aspectos relacionais de toda comunicação para analisar o sentido da comunicação (PERAYA, 2010).

É no contexto dessa evolução em direção a uma semiopragmática que Eliseo Véron (1983) aborda a análise do noticiário televisivo, enquanto um dispositivo de “enunciação midiática”. O autor pretende definir “seu estado, sua estrutura de funcionamento, suas variantes, a combinatória específica de matérias significantes e o cruzamento de gêneros discursivos que o caracterizam” (ibid., p. 98). O autor, em seguida, identifica o eixo Y-Y, “o olhar de um apresentador-enunciador fixo sobre o espectador [...] olhos nos olhos” (ibid.), como o pivô do dispositivo de enunciação televisiva não ficcional. O jornalista “olha para o olho vazio da câmera, o que faz com que eu

2 Na década de 1980, a implementação de um método de aprendizagem do francês no ensino primário no Senegal (método CLAD – Centro de Linguística Aplicada em Dakar) foi estudada a partir do ângulo de um dispositivo de enunciação. A identificação, em uma perspectiva polifônica (FINKELZSTEIN; DUCROS, 1996; BERRENDONNER, 1987), de contradições entre os papéis dos locutores e enunciadores assumidos pelos professores e professoras permitiu esclarecer e compreender melhor as razões da recusa do método por eles.

me sinta, enquanto telespectador, visto: ele está lá, eu o vejo, ele fala comigo” (ibid., p. 103). A descrição do dispositivo enunciativo mostra o agenciamento coordenado, as três “faces” constitutivas do processo de comunicação já descrito a partir do dispositivo de autoscopia: o estúdio de produção e o “dispositivo câmera” ou a unidade de produção, o JT como mídia, em outras palavras, os conteúdos mediatizados e o destinatário no contexto, isto é, a instância ou o contexto de recepção.

A análise desse dispositivo televisual, como o da autoscopia, mostra como ambos (televisão e autoscopia) induzem um certo número de efeitos sobre os sujeitos que se apropriam deles: cognitivos, sociais, posturais, emocionais; efeitos da mediação em oposição à mediatização, que se refere ao processo de produção midiática e, portanto, à engenharia (PERAYA, 1999, 2010; MEUNIER; PERAYA, 2010), diferenciação que segue a perspectiva já trabalhada com insistência por M. Linard (1996) sobre mídias educacionais. Os dispositivos mediáticos são definidos como uma instância heterogênea, organizando técnica, sentido e significação, relação social e postura, tipo de hibridação que tentamos explicar pela sigla DTSP (dispositivos tecnossemiopragmáticos) (PERAYA, 1999); denominação que parece menos relevante hoje, porque essas diferentes dimensões são atualmente constitutivas do dispositivo entendido no sentido de construto teórico.

Se E. Verón, por sua vez, reivindica uma sociossemiótica, na medida em que o seu objeto de pesquisa se centra nos diferentes “discursos sociais”, a distinção parece, entretanto, tênue na medida em que a semiopragmática também se refere à inscrição social do discurso em um contexto de atividades sociais determinadas, bem como às marcas linguísticas que dela decorrem, incluindo os conceitos de gênero de textos e tipos de discurso (BRONCKART, 1997). Existe também a denominação DITSIC (dispositivo sociotécnico da informação e comu-

nicação), proposta pela unidade I3M da Universidade de Toulon Sul (I3M), que destaca preferencialmente as características sociais e relacionais do seu quadro de referências e das suas opções teóricas. Como podemos ver, cada uma dessas definições vindas das ciências da informação e da comunicação fornece uma perspectiva teórica particular sobre objetos empíricos frequentemente idênticos.

Paralelamente, a semiótica confrontada aos sistemas de representações materiais – sejam simbólicas e abstratas como a linguagem verbal, sejam analógicas ou icônicas, como as fotografias, os modos virtuais, etc. – interessa-se pela natureza simbólica ou icônica das representações mentais e dos modelos mentais, bem como pela articulação entre as representações materiais e mentais. Do ponto de vista pedagógico, a principal questão colocada é a dos efeitos da mídia, dos registros de representação e das características específicas do *dispositivo* na aprendizagem. Essa abordagem é amplamente inspirada pela psicologia cognitiva, pelos trabalhos sobre a imagem mental, pelos processos de tratamento de informações de acordo com seus diferentes registros de representação e, finalmente, pelo conceito de ferramenta cognitiva (principalmente, JONASSEN, 1992). Quanto às mídias educativas, Gavriel Salomon (1987) e Jean Donnay definiram o conceito de *supplantation* para descrever o processo pelo qual a mídia, por causa de suas características próprias, executa de maneira material ou externa um processo, uma operação cognitiva no lugar do aluno, aliviando assim a carga cognitiva de alguns de seus aprendizados.

A contribuição das ciências da informação e da comunicação para a concepção dos dispositivos midiáticos analisa principalmente os processos de “mediação do conhecimento” e permite formular duas questões: 1) Qual é a influência dos sistemas semióticos e dos registros de representações materiais sobre os processos cognitivos, sobre a forma que o conhecimento assume e sobre os pro-

cessos de aprendizagem (mediação cognitiva) na relação entre imagens materiais e imagens mentais? 2) Qual é o efeito na conduta dos atores, principalmente dos destinatários, bem como na mudança de suas representações e comportamentos? São esses efeitos de mediações postural e praxeológica que têm sido mais frequentemente analisados no campo da comunicação socioeducativa (trabalhos das GreMs em particular, grupo de pesquisa em mediação do conhecimento³, Universidade Católica de Louvain).

2. Na área da informática: na direção da mediatização da formação e instrumentação da atividade humana

As ciências da computação contribuíram para a definição do conceito de dispositivo a partir de seus próprios conceitos (ver, a esse respeito, a análise da retroalimentação proposta por M. Linard, 1996), de suas muitas aplicações – software educacional, ensino assistido por computador, comunicação mediatizada por computador, ambiente digital de trabalho – ou ainda seus usos.

O digital generalizado transformou a tela do computador, em seguida, os tablets e telefones em terminais de exibição e instrumento de produção multimídia (texto, som, imagem estática, vídeo e cinema). Essa evolução constitui a base tecnológica de uma mediatização sistemática de quase todas as atividades humanas. A “mediação do conhecimento”, objeto da semiopragmática, está hoje dando lugar a uma multiplicidade de formas de mediatização generalizada da atividade de ensino e aprendizagem. Na área da formação, por exemplo, ambientes virtuais de trabalho (plataformas, *campi* virtuais, ambientes tecnopedagógicos) mediatizam as oito funções constitutivas do processo de ensino e aprendizagem (PERAYA, 1999,

3 Université Catholique de Louvain. Disponível em: <<http://www.uclouvain.be/grems>>.

2010), contribuindo assim para a evolução da formação a distância, principalmente através da comunicação mediada por computador (CMC, *Computer Mediated Communication*) (MASON; KAYE, 1989), e hibridizando, cada vez mais, a formação entre presença e distância.

Sendo as atividades de ensino e aprendizagem atividades humanas particulares, os conceitos de instrumento (RABARDEL, 1995) e sistema de instrumentos (BOURMAUD, 2007; VIDAL-GOMEL et al., 2015) esclareceram de maneira pertinente o de dispositivo. P. Rabardel usa frequentemente o termo “mediatizar” para designar o papel do instrumento nas relações do humano com o mundo e do sujeito com o objeto⁴. A ampla divulgação dos trabalhos de P. Rabardel e seus colegas, e mais especificamente do conceito de instrumento entre pesquisadores em ergonomia cognitiva, EIAH e tecnologias educacionais, favoreceu, sem dúvida, a adoção do termo “instrumentado” em detrimento de “mediatizado”, cujo uso parece hoje mais limitado às ciências da informação e da comunicação. Entretanto, qualquer mídia, assim como qualquer instrumento, mediatiza a atividade humana: ambos podem ser descritos e analisados como dispositivos, no sentido de construto teórico. Seria, no entanto, interessante analisar com precisão em que contextos, em que comunidades, a partir de qual momento e de quais influências ocorreu essa mudança em que as expressões “atividade instrumentada” ou “situação de aprendizagem instrumentada” podem ser consideradas como bons indicadores. Nesta perspectiva,

4 “A ação do operador é mediatizada por um instrumento ferramenta” (RABARDEL, 1995, p. 37); “as interações sujeito-objeto mediatizadas pelo instrumento” (ibid., p. 53); “as relações do homem com o meio, mediatizado por objetos técnicos e mais geralmente a técnica” (ibid., p. 63); “o processo de interação mediatizada pelo instrumento” (ibid., p. 65); “a relação do indivíduo com o mundo dos objetos humanos é mediatizada pela relação com os outros homens” (ibid., p. 66); “os instrumentos psicológicos que mediatizam a relação do sujeito consigo mesmo e com os outros” (ibid., p. 66); “a relação sujeito-objeto mediatizada pelo instrumento” (ibid., p. 147).

dois caminhos são apresentados: 1) considerar a mídia como um tipo particular de instrumento apropriado para uma atividade humana específica, a de comunicação e formação (ANDERSON, 1988); 2) considerar que o termo mediação se refere ao sentido primeiro de mídia, esse terceiro termo que ocupa entre dois outros uma posição de intermediação. É nesse sentido que P. Rabardel parece usá-lo em *Les hommes et la technologie* (1995).

3. O dispositivo: objeto empírico, noção e objeto de pesquisa

A fronteira entre o discurso científico e as representações comuns e a opinião comum aparece como obstáculo epistemológico frequente nas ciências humanas e sociais (BOURDIEU et al., 1973). O termo dispositivo constitui um exemplo perfeito: ele transgride, ultrapassa a fronteira entre objeto teórico e objeto experimental, entre discurso científico e linguagem comum, uma vez que corresponde a um construto teórico, mas designa, ao mesmo tempo, na linguagem comum, muitos objetos concretos (HERMÈS, 1999; APPEL et al., 2010) ou ainda terrenos de experimentação e contextos de prática (LINARD; PRAX, 1984).

Esta primeira dificuldade é, sem dúvida, determinada pelo fato de que as ciências da informação e da comunicação foram construídas em “áreas de objetos concretos”, enquanto que “mais de um século de epistemologia mostrou suficientemente que a ciência não explica os objetos existentes: ela procura por objetos” (PERRET, 2004, § 2). Nessa busca por um objeto, do ponto de vista epistemológico, a manutenção de tal fronteira é essencial para a construção do objeto científico: por um lado, “a pesquisa científica é organizada em torno de objetos construídos que não têm nada em comum com as unidades divididas pela percepção ingênua” (BOURDIEU et al., 1973, p. 52)

e, por outro lado, “um objeto de pesquisa, de tão parcial e fragmentado que é, só pode ser definido e construído de acordo com uma problemática teórica que permita submeter a uma interrogação sistemática os aspectos da realidade relacionados pela questão que lhes é colocada” (ibid., p. 54).

Assim, as definições e esclarecimentos sucessivos do conceito de dispositivo (HERMÈS, 1999; PERAYA, 1999, 2010; APPEL et al., 2010) tentam, cada um à sua maneira, produzir esse distanciamento que por si só permite a análise de muitas situações de aprendizagem, formação e comunicação mediatizadas e, ao mesmo tempo, compreender o papel dos objetos das mídias e dos objetos tecnológicos nesses processos.

Em sua metapesquisa (terminológica e analítica) sobre o uso do termo “dispositivo” na literatura em ciências da informação e comunicação, Luc Massou (2010) observa que “[...] o uso da noção de dispositivo parece mais aplicado pelos diferentes autores selecionados em um nível relativamente grande de granularidade [...]; estamos, portanto, no nível das plataformas, sistemas ou ambientes digitais de formação online [...] No entanto, as contribuições dos vários autores estudados não permitem identificar mais claramente o nível de granularidade abaixo do qual já não podemos mais falar de dispositivo” (ibid., p. 69). O dispositivo é considerado aqui como uma noção que corresponderia a um estágio de pré-conceituação, uma espécie de primeiro referencial descritivo que permite identificar quais objetos concretos podem ser designados como um dispositivo ou quais podem pertencer a essa categoria de objetos (definição em extensão). A definição dessa noção é parcialmente emprestada de D. Paquelin: “um conjunto de meios materiais e humanos com um objetivo particular, um agenciamento de elementos originalmente heterogêneos contidos por um conjunto de regras, normas, práticas pertencentes a várias esferas”

(PAQUELIN, 2009). Entendemos a utilidade dessa noção para qualquer descrição empírica. No entanto, a questão “qual é o nível de granularidade abaixo do qual já não se pode mais falar de dispositivo” é talvez uma má pergunta. Talvez ela esteja apenas mal formulada. De fato, é o olhar do pesquisador e sua questão de pesquisa que constituem um objeto concreto, qualquer que seja sua complexidade e nível de granularidade, em um “dispositivo” entendido aqui no sentido do objeto de pesquisa, de construto teórico.

Tomemos o exemplo de Massou, que nos parece muito pertinente. O termo dispositivo de formação substituiu o de sistema, como lembra Brigitte Albero (2010). No nível empírico, uma plataforma, um ambiente virtual de trabalho, um ambiente tecnopedagógico ou um campus quase sempre constitui um elemento particular de tal dispositivo, seja híbrido, aberto ou a distância. Além disso, um ambiente tecnopedagógico, uma plataforma, engloba muitas aplicações especializadas de um nível mais refinado de granularidade, tais como fóruns, chats, editores de texto, utilitários para transferência e depósito de documentos, salas de exposição de trabalhos, portfólios, editores de QCM, etc. No âmbito de um estudo empírico e descritivo dos usos dos ambientes institucionais e pessoais de aprendizagem dos estudantes de Toulon, designamos essas aplicações pelo termo de dispositivos específicos. Mas seja o dispositivo de formação, da plataforma ou dos aplicativos embutidos, porque são, para nós, objetos de pesquisa e em relação ao nosso referencial teórico, consideramo-los como dispositivos: vamos descrevê-los, modelá-los e analisá-los como tais, qualquer que seja seu grau de granularidade e, é claro, o nome dado a eles no nível empírico.

Como então levar em conta, no nível do discurso científico e do construto teórico, a complexidade dos dispositivos e das relações de interdependência que os

conectam em muitos casos que observamos? Já apontamos os pontos de convergência entre os construtos teóricos que são o dispositivo e o instrumento. A pista dos “sistemas de instrumentos”, desenvolvida na sequência do trabalho de Pierre Rabardel sobre a observação e análise das situações de trabalho, bem como a atividade dos operadores, parece extremamente promissora. Vidal-Gomel, Bourmaud e Munoz (2015) lembram que: a) “as ferramentas formais e informais constituem juntas os instrumentos do sujeito, a gênese instrumental possibilita ir além dos pontos de vista informais e figurados”; b) “o conjunto de ferramentas constitui um sistema de instrumentos, estruturado de acordo com a experiência do sujeito e mobilizado em função da situação”; c) “complementaridades e redundâncias aparecem nas diferentes funções do sistema de instrumentos”; d) “este sistema de instrumentos” permite alcançar um melhor equilíbrio entre os objetivos da economia e da eficiência (2015, p. 2).

Mais precisamente, sistemas e subsistemas de instrumentos “parecem estar totalmente ligados à organização da atividade e à categorização das situações: classes de situações e área de atividade. Essa característica dos sistemas de instrumentos refere-se a um processo de conceituação: o sujeito elabora classes de situações e as categoriza a partir de seu conhecimento dos objetos e in-variantes da ação; esses dois processos não são exclusivos um do outro (Samurçay, Rabardel, 2004)” (VIDAL-GOMEL et al., 2015, p. 3). Em seu artigo, os autores apresentam suas pesquisas. Em uma delas mostram como os estudantes em colégios se apropriam ou não de artefatos impostos ou sugeridos pelos professores e como eles organizam um sistema pessoal de instrumentos sobre as dificuldades que eles encontram enquanto estudantes. O arcabouço teórico proposto sem dúvida enriqueceria o dos ambientes pessoais de aprendizado e as pesquisas atuais que tentam descrever o abandono, pelos estudantes, de ambien-

tes institucionais e o fato de eles escolherem ambientes e aplicações populares disponíveis através da web.

4. Mediatização e mediação

Esses termos, que são frequentemente usados com relação aos dispositivos de formação e comunicação mediatizadas, precisam ser esclarecidos, uma vez que as definições que atribuímos a eles parecem produzir uma certa confusão. Em sua metapesquisa já mencionada, Massou observa que todos os autores cujos textos constituem seu corpus consideraram que os dispositivos de formação on-line são “lugares ou espaços de mediações” (2010, p. 65). No entanto, ele observa também diferenças para “situar [a mediação] como um elemento constituinte ou como efeito do dispositivo” (ibid.). Nessa bipolarização do campo, seríamos os únicos a situar a mediação do lado dos efeitos. Vamos aproveitar a oportunidade para retornar a essas distinções.

As definições de mediatização e mediação mais amplamente difundidas se referem à distinção de Gettliffe-Grant: “Parece que devemos preferir ‘mediação’ para mediação humana e ‘mediatização’ para mediação técnica” (PERAYA, 2010). No campo das ciências da educação, mediação humana, interpretada por educadores e principalmente através do triângulo de Houssaye, designa o papel de mediador do professor que intervém como facilitador entre o aluno e os conteúdos que são objeto de aprendizagem, enquanto a mediatização deve ser entendida como a mediação efetuada pelo artefato, pelo dispositivo, entre o aprendiz e o conteúdo, o professor ou, possivelmente, os pares.

Essa definição, que parece estabelecer uma relação de parentesco entre essas duas mediações, não parece levar em conta nem a sua própria natureza (humana ou tecnológica) que as distingue irreparavelmente, nem o ní-

vel em que ambas operam. Como resultado, ela apresenta mais dificuldades de ordem teórica e metodológica do que permite resolver na análise de dispositivos de formação e comunicação mediatizados (MEUNIER; PERAYA, 2010; PERAYA, 2010). Portanto, optamos por uma distinção franca entre esses dois conceitos:

Se a mediatização pertence à esfera da concepção e produção da mídia, bem como do processo de comunicação do qual ela participa, a mediação vem da observação, da análise e compreensão dos efeitos produzidos pela mídia em seu uso social e pessoal. A mediatização diz respeito à engenharia, a mediação refere-se à pesquisa. Como resultado, as abordagens, os métodos e os processos de mediação são fundamentalmente diferentes daqueles que constituem a mediatização (PERAYA, 2010, p. 43).

Essas definições parecem estar mais coerentes com o referencial teórico mencionado acima. Em primeiro lugar, a comunicação e a formação mediatizadas são o produto de um processo de concepção e produção, de um processo de mediatização no sentido de mise-en-scène (dispondo signos em páginas, ondas, imagens, etc., termos usados quando nos referimos às mídias históricas). Quer se trate da atividade instrumentada, da comunicação e / ou formação mediatizadas, estas são sempre o produto do processo de instrumentação ou mediatização. Então, a “mediação tecnológica” que a literatura opõe classicamente à mediação humana é constitutiva do modelo teórico do dispositivo, como também do instrumento: ela é o seu fundamento. Qual é a pertinência do termo “mediatização”, que é apenas uma das dimensões do dispositivo? Quanto ao dispositivo, ele está, por definição, em uma posição de intermediação entre o sujeito e um objeto (conhecimento, ação) ou outro sujeito (incluindo a si mesmo); por isso,

gera efeitos no comportamento. Identificamos e analisamos esses efeitos em termos de mediações, caracterizadas pelo tipo de comportamento do usuário que é modificado. Por exemplo: mediações sensoriais e psicomotoras, cognitivas, relacionais, reflexivas, praxeológicas ou posturais. Talvez fosse mais explícito, mas muito mais pesado na linguagem, falar sobre os efeitos do dispositivo e sua posição de intermediação (PERAYA, 1999 e 2010; CHARLIER et al., 2006).

Como exemplo, em nossa pesquisa que teve por objeto a definição dos dispositivos híbridos de formação (CHARLIER et al., 2006), foram identificadas cinco dimensões fundamentais: a articulação distância-presença, as formas e o grau de mediatização, as mediações esperadas e realizadas, o acompanhamento e a abordagem pedagógica. Como parte do projeto europeu Hy-Sup, adicionamos a essas dimensões a abertura do dispositivo de formação (PERAYA et al., 2014). Vemos nesse modelo que o processo de mediatização – guiado pelas intenções dos produtores e, portanto, pelos efeitos esperados – é instanciado em um primeiro estado do dispositivo, o dispositivo prescrito de acordo com Paquelin (2009). Na prática, os usuários apropriam-se do dispositivo, alguns efeitos ou certas mediações esperadas se realizam, outros não, já que podem ocorrer efeitos imprevistos. Este estado do dispositivo corresponde, na descrição dada por este autor do processo de apropriação dos dispositivos, à fase do dispositivo “vivido”. Nesse modelo, onde situar a mediação humana que parecia ser uma das características desses ambientes? Ela encontra o seu lugar em uma das dimensões do dispositivo de formação: o acompanhamento nas suas várias formas, que estão atualmente bem descritas no campo das ciências da educação e, em especial, do ensino à distância.

Finalmente, as relações entre mediatização e mediações, tal como as definimos, permitem mostrar as ligações entre engenharia e pesquisa em tecnologia edu-

cativa: cada novo dispositivo de formação e comunicação implementado constitui um lugar para observação e análise de usos e efeitos. Os resultados dessas pesquisas e os conhecimentos produzidos podem, então, ser mobilizados e reinvestidos no processo da engenharia da concepção e criação de novos dispositivos.

Referências

- ALBERO, B. La formation en tant que dispositif: du terme au concept. In: CHARLIER, B.; HENRI, F. (dir.). *La technologie de l'éducation: recherches, pratiques et perspectives*. Paris: Presses Universitaires de France, 2010. p. 47-59.
- ANDERSON, J. A. Examen de quelques concepts éclairant la position de l'éducateur aux médias. In: *Acte du Symposium « Rencontre de la recherche en éducation »*, 23, Lausanne (27-30 juin), 1988, p. 11-23.
- APPEL, V.; BOULANGER, H.; MASSOU, L. (dir.). *Les dispositifs d'information et de communication*. Bruxelles: De Boeck, 2010.
- BERRENDONNER, A. Stratégies morpho-syntaxiques et stratégies argumentatives. *Protée*, v. 15, n. 3, p. 48-58, 1987.
- BOURDIEU, P.; CHAMBOREDON, J. C.; PASSERON J. C. *Le métier de sociologue*. Paris: EHESS, 1973 (1. ed., 1968).
- BOURMAUD, G. L'organisation systémique des instruments: méthodes d'analyse, propriétés et perspectives de conception ouvertes. In: BOURJOT, C.; GREGORI, N.; SCHROEDER, H.; BERARDI, A. (dir.). *Acta cognitiva, ARCO' 07*, Colloque de l'association pour la recherche cognitive, 2007, p. 61-75.
- BRONCKART, J. P. *Activité langagière, textes et discours: Pour un interactionnisme socio-discursif*. Neuchâtel: Delachaux et Niestlé, 1997.

- CHARLIER, B.; DESCHRYVER, N.; PERAYA, D. Apprendre en présence et à distance: une définition des dispositifs hybrides. *Distances et savoirs*, v. 4, n. 4, p. 469-496, 2006 [en ligne].
- FINKELZSTEIN, D.; DUCROS, P. Conditions d'implantation et de diffusion d'une innovation scolaire. In: BONAMI, M.; GARANT, M. *Systèmes scolaires et pilotage de l'innovation: émergence et implantation du changement*. Bruxelles: De Boeck, 1996. p. 31-57.
- HERMÈS. Le dispositif entre usage et concept. *Hermès*, Paris: CNRS, v. 25, 1999.
- JONASSEN, D. H. What Are Cognitive Tools? In: KOMMERS, P. A. M.; JONASSEN, D. H.; MAYES, J. T. *Cognitive Tools for Learning*. Berlin: Springer Verlag, 1992. (NATO ASI Series, 81).
- LINARD, M. Un jeu de déchiffrement de l'image: le photorécit. *Communication et langages*, v. 28, p. 95-116, 1975. Disponível em: <http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_1975_num_28_1_4254>.
- LINARD, M.; PRAX, I. *Images vidéo images de soi ou Narcisse au travail*. Paris: Dunod, 1984.
- LINARD, M. *Des machines et des hommes*. Paris: L'Harmattan, 1996.
- MASON, R.; KAYE, H. (dir.). *Mindweave: Communication, Computers and Distance Education*. Oxford: Pergamon Press, 1989.
- MASSOU, L. Dispositif et enseignement en ligne. In: APPEL, V.; BOULANGER, H.; MASSOU, L. (dir.). *Les dispositifs d'information et de communication: Concept, usages et objets*. Bruxelles: De Boeck, 2010. p. 59-76.
- MEUNIER, J.-P.; PERAYA, D. *Introduction aux théories de la communication*. 3. ed. Bruxelles: De Boeck, 2010.
- PAQUELIN, D. *L'appropriation des dispositifs numériques de formation: Du prescrit aux usages*. Paris: L'Harmattan, 2009.

- PERAYA, D. Médiation et médiatisation: le campus virtuel. *Hermès*, v. 25, p. 153-168, 1999 [en ligne].
- PERAYA, D. Médiatisation et médiation: Des médias éducatifs aux ENT. In: LIQUETE, V. (dir.). *Médiations*. Paris: CNRS, 2010. p. 35-48.
- PERAYA, D.; CHARLIER, B.; DESCHRYVER, N. Une première approche de l'hybridation: Éducation et formation. Les dispositifs hybrides dans l'enseignement supérieur: questions théoriques, méthodologiques et pratiques, e-301, p. 15-34, 2014 [en ligne].
- PERRET, J.-B. Y a-t-il des objets plus communicationnels que d'autres? *Hermès*, v. 38, p. 212-128, 2004.
- RABARDEL, P. *Les hommes et la technologie*. Paris: Armand Colin, 1995.
- SALOMON, G. *Interaction of Media, Cognition and Learning: An Exploration of How Symbolic Forms Cultivate Mental Skills and Affect Knowledge Acquisition*. San Francisco/London: Jossey-Bass Publishers, 1987.
- VERON, E. Il est là, je le vois, il me parle. *Communications*, v. 38, p. 98-120, 1983.
- VIDAL-GOMEL, C.; BOURMAUD, G.; MUNOZ, G. Systèmes d'instruments, des ressources pour le développement. In: *Actes du Colloque international « L'activité en débat, Dialogues épistémologiques et méthodologiques sur les approches de l'activité »*, Université de Lille 3, 2015, janvier, p. 14-16 [en ligne].

Para uma atualização da abordagem da mediatização das ações infocomunicacionais

Updating the approach to the mediatization of info-communicational actions

Bernard Miège

Professor emérito

GRESEC

Université Grenoble Alpes

Bernard.Miège@univ-grenoble-alpes.fr

Resumo: Uma atualização e até mesmo um reenquadramento da abordagem do processo de mediatização das ações de informação e de comunicação, à qual o autor já havia dedicado trabalhos anteriores, principalmente em 2007, são ainda mais necessários visto que se encontram muitas confusões, especialmente entre especialistas e tecnólogos, mas também em trabalhos de pesquisa, principalmente orientados por um ponto de vista semioantropológico ou sociossimbólico. Se esse processo é incon-

testavelmente estimulado pela expansão das Tic digitais, não se justifica focar apenas nas rupturas e descontinuidades e negligenciar as continuidades, por exemplo, com as mídias históricas. Entre as questões atuais, o autor insiste na necessidade de ir além das abordagens superficiais e precipitadas do digital, propõe reposicionar o processo de construção social das Tic digitais e dominadas por poderosos conglomerados mundiais, os *Big Data*, e abordar profundamente os principais elementos da estruturação que participam da nova ordem mundial da informação-comunicação, como os *Big Data* ou algoritmos que intervêm na estimulação de práticas sociais.

Palavras-chave: Ações infocomunicacionais. Construção social das técnicas. Informação. Comunicação. Digital. Processo de mediação. Redes sociodigitais. Sociotécnica. Vigilância digital.

Abstract: An update and even a reframing of the approach to the process of mediatization of information and communication actions, to which the author had already dedicated previous works, especially in 2007, are all the more necessary since there are many confusions, especially among specialists and technologists, but also in research works, mainly oriented from a semio-anthropological or socio-symbolic point of view. If this process is, undoubtedly, stimulated by the expansion of the digital ICT, it is not justified to focus only on ruptures and discontinuities and neglect continuities, for example, with historical media. Among current issues, the author insists on the need to move beyond the superficial and hasty approaches to digital, proposes to reposition the process of social construction of digital ICT dominated by powerful global conglomerates, the Big Data, and, also, to address in depth the main structuring elements that participate in the new world order of information-communication, such as Big Data or algorithms that intervene in the stimulation of social practices.

Keywords: Info-communicational actions. Social construction of techniques. Information. Communication. Digital. Mediatization process. Socio-digital networks. Socio-technique. Digital surveillance.

1. Introdução

Mais do que qualquer outra noção, admitida se não reconhecida pela comunidade científica, a mediatização necessita de uma atualização, até mesmo de uma reatualização, e isso por pelo menos duas razões principais: por um lado, o desenvolvimento disruptivo do digital no seio das técnicas de informação e comunicação desde o começo do século desencadeou incontestavelmente mudanças profundas, quando não atribuímos a ele efeitos ainda mais profundos, levando a rupturas significativas e radicais com o período anterior. Esse simples enunciado é fonte de questionamentos e mostra o quanto a diferença é grande entre os autores, e que há sobre o que se discutir e debater. Porém, por mais óbvia que seja essa proposta amplamente adotada nos mais diversos meios, é conveniente lhe atribuir todas as razões que justifiquem uma atualização ou mesmo uma revisão mais fundamental. Por outro lado, a conceituação da abordagem está longe de estar concluída, e as diferenças entre os autores permanecem visíveis, sejam elas diferenças teóricas, disciplinares ou dependentes dos contextos nacionais ou regionais em que a informação-comunicação está se desenvolvendo há mais de um terço de século.

Portanto, a partir deste prefácio, é essencial notar que esses dois conjuntos de razões se combinam sem se confundirem (no entanto, como será mostrado abaixo, podemos sempre diferenciá-los), mas é um erro teórico muitas vezes cometido combiná-los *a priori*, um erro que deve ser atribuído especialmente àqueles, muitos, que entendem o digital sob a influência de um pensamento centrado

no determinismo técnico, mas também a outros, para os quais as mediações sociais estão na origem de quase toda a comunicação que está sendo feita. Essa explicação inicial, se permite destacar o contexto atual do que está em jogo quando se pensa sobre a questão da mediatização, não é suficiente para identificar as principais interrogações. Mas antes de tentar identificar essas questões, que são científicas, é importante voltar a algumas questões iniciais e depois fazer um balanço dos principais pontos de concordância e divergência.

2. Considerações preliminares

Para muitos, autores como atores sociais, o processo de mediatização tem estado, há muito tempo, no centro das interrogações sem que se tenha, no entanto, uma definição precisa nem mesmo quanto ao seu uso. Quando aproximamos o olhar desse processo, percebemos sentidos desconexos e justapostos: esperanças, assim como medos, dúvidas, utopias e promessas (por exemplo, as mudanças radicais, de natureza antropológica, das modalidades de comunicação e a passagem da palavra escrita à do cálculo); advertências e apreciações depreciativas (devido ao reino da velocidade, da fragmentação e da espetacularização do pensamento, e agora cada vez mais a facilidade na difusão de rumores, notícias falsas, etc.); julgamentos morais (visando, por exemplo, às possibilidades de abertura ao mundo deixadas para as crianças); prevenções relacionadas à técnica e seus males reais ou supostos e, paradoxalmente, as previsões sobre as vantagens tecnológicas (principalmente aquelas que põem em evidência todas as facetas possíveis da interatividade e criatividade multimídia); assim como dúvidas sobre as superioridades dos dispositivos técnicos e suas pretensões quanto à substituição daqueles ainda disponíveis, tais como os meios de comunicação de massa.

Sobre os temas aqui lembrados, poderíamos questionar um por um os discursos proferidos e as concepções expressas, e nada indica que isso teria um fim, por causa da imposição dos interesses de todo tipo que estão em jogo e estão se tornando cada vez mais importantes – não apenas nos países avançados –, tanto socioculturais quanto políticos ou econômicos. E tudo acontece como se as principais tendências da esfera da Informação-Comunicação sempre nos trouxessem de volta à questão da mediatização, que constituiria um processo central.

Como é previsível, essa superabundância de questões relativas à mediatização não facilitou a formulação de raciocínios bem argumentados e pertinentes; na maioria das vezes, procedemos por oposições: antes/depois, tradicional/moderno, material/imaterial, real/virtual, analógico/digital, presente/à distância, direcionado/interativo, monomidiático/multimídia, molar/molecular, centralizado/descentralizado, concentrado/compartilhado, oligopolista/distribuído, etc. E essas oposições persistem, mesmo quando as estratégias de mediatização se espalham e se diversificam, e mesmo se dúvidas aparecem, cada vez mais, quanto à possibilidade de uma verdadeira substituição do modo de comunicação que nós conhecemos há vários milênios por um novo modo. É por isso que, contrariamente às visões substitutivas ou substituintes que são o fundamento das oposições precedentes, podemos nos perguntar se a perspectiva mais verossímil não é aquela da junção de novas modalidades direcionadas para a mediatização a um modo de comunicação que é essencialmente mantido (para além da diversidade das formas nas quais ele se revela para nós, através do planeta). A partir de então, a perspectiva seria societal¹ e histórica e não mais antropológico-cultural; ela destacaria as continuidades, complementações e miscigenação, e não

1 Para uma distinção entre os termos “societal” e “social”, ver: MIEGE, Bernard. *L'espace public contemporain*. Grenoble: PUG, 2010.

exclusivamente rupturas e mutações radicais; mais precisamente, ela tentaria distinguir entre o que diz respeito à ordem histórica, mesmo que essa distinção se inscreva em um longo prazo, e a uma ordem trans-histórica que ainda precisa ser esclarecida. Essa heurística, deve-se dizer, não está fechada, precisa ser completada; mas sua vantagem seria encorajar observadores, especialistas e pesquisadores a distinguir claramente os horizontes e a situar as questões. É convém acrescentar, sem a possibilidade de discutir isso aqui, que essa perspectiva é fundamentalmente diferente da visão desencantada de um filósofo da técnica como Bernard Stiegler, para quem a inovação, levando à conexão generalizada, opõe-se à civilização (STIEGLER, 2016), assim como, em um sentido diferente, às consequências da instabilidade do conceito de Natureza na era do Antropoceno, conforme anunciada pelo sociólogo Bruno Latour.

Trata-se, portanto, de uma operação de reenquadramento que pretendemos abordar antes de tratar do processo de mediatização em si e de sua atualidade; caso contrário, a abordagem desse processo ficaria contaminada por toda uma série de confusões, que estão relacionadas não apenas às projeções criadas pelo imaginário técnico aplicado à comunicação (como descrito acima), mas também à pluralidade pouco clara dos tratamentos “acadêmicos”, que também contribui para embaralhar as percepções: mistura dos níveis micro e macro, modalidades mediadas e não mediadas, ou do que está relacionado com o social e o linguístico.

Ainda assim, devemos concordar sobre o significado a ser atrelado ao termo *mediatização*. Em um primeiro sentido, a mediatização opõe-se à mediação e visa identificar os fenômenos mediados por intermédio não de numerosas instâncias de mediação social, mas por meio das mídias, no sentido específico do conceito, ou cada vez mais por meio das Tic, formando uma categoria indevidamente chamada não mídias. Em um segundo sentido, o que é

levado em conta é a ação de mediatização de conteúdo, isto é, o fato de que conteúdos (por exemplo, cursos superiores, ofertas culturais ou informações esportivas) são colocados on-line ou inscritos em suportes, geralmente depois da intervenção de especialistas (designers, diretores multimídia, etc.); e, ao contrário de uma representação comum do pensamento oriundo da informática, a mediatização não tem nada a ver com uma transposição ligada ao uso de ferramentas e softwares agora disponíveis. Em um terceiro sentido, tentamos levar em conta tudo o que, nas relações interindividuais e até intergrupais ou interorganizacionais, ocorre quando uma Tic, ou melhor, um dispositivo sociotécnico intervém entre eu e eu, eu e nós, nós e nós mesmos; a abordagem aqui é acima de tudo psicossociológica ou microssociológica e procura identificar as mudanças nos atos de comunicação em si, quer eles se apoiem ou não na linguagem. Em um quarto sentido, o que estamos tentando avaliar é a importância da informação difundida e compartilhada (quantitativa e qualitativamente); a mediatização se refere aqui ao fenômeno da informacionalização, para o qual já chamamos atenção em diversas ocasiões, mas com a preocupação de entender a recepção e a relação com os receptores.

Essa pluralidade semântica é objeto de confusões e más interpretações permanentes, e seus diferentes significados dificilmente são percebidos com clareza; mas essa pluralidade deve ser interpretada também como indicadora da riqueza de um processo que, embora longe de ser o único a intervir no desenvolvimento das Tic, predominantemente digital na atualidade, continua sendo o processo central.

Por fim, se não levarmos em consideração o processo de mediatização e seu desenvolvimento gradual na maioria das sociedades modernas como um processo intimamente ligado à questão do espaço público, político e societal, deixamos de perceber o quanto esses fenômenos

mantêm relações de proximidade, na medida em que as sociedades marcadas por uma fragmentação e diversificação do seu espaço público são, geralmente, aquelas em que a mediatização é a mais avançada e a mais complexa. Mas, por um lado, uma mediatização avançada da comunicação não contribui necessariamente para o fomento de debates e discussões públicas (este é particularmente o caso das sociedades autoritárias em desenvolvimento). Por outro lado, os dois processos devem ser distinguidos porque, dentro da esfera da informação-comunicação, eles não possuem as mesmas finalidades e as práticas sociais relacionadas a eles não podem ser colocadas no mesmo nível.

3. Concordâncias e divergências nas abordagens da mediatização

Uma vez que essas considerações preliminares tenham sido expostas, agora é possível fazer um balanço sobre o que é, dentro da comunidade científica interessada, o mais frequentemente aceito e o que permanece em discussão ou revela oposições, mais ou menos firmemente expressas.

Os autores reconhecem facilmente que é em torno das “mídias históricas” (expressão usada para identificar a imprensa, o rádio e a televisão, uma vez que eles formaram um conjunto midiático, se não unificado, pelo menos com componentes que guardaram especificidades, mas cujo funcionamento corresponde a regras comumente aceitas) que as primeiras abordagens sobre a mediatização foram propostas; é difícil situar historicamente com precisão a emergência desse processo, porque ele variou de acordo com as situações regionais e nacionais, mas pode-se voltar às décadas de 70 e 80, ou até mesmo antes disso nos Estados Unidos. O que é certo é que esse processo antecede o movimento de tecnicização da comunicação marcado pelos desenvolvimentos sucessivos das Tic. En-

tretanto, a mediatização dialoga com a generalização das relações públicas, a partir do momento em que elas vão além da publicidade comercial e intervêm nos domínios sociais, culturais, empresariais e políticos. A mediatização é, primeiramente, um traço característico do que na América Latina tem sido chamado, não sem ambiguidades, de *comunicação social*, e seu desenvolvimento é baseado nas “mídias históricas”, que continuará por duas ou três décadas, mas gradualmente com a concorrência cada vez mais ativa das Tic, então chamadas de não mídias. A insistência na midiatização não pode ser colocada em relação apenas com o movimento contemporâneo de tecnicização da informação-comunicação; atualmente, isso é um erro frequentemente cometido que não permite entender por que as “mídias históricas” permanecem diretamente envolvidas na promoção de ações de comunicação mediatizadas. Porém, esse erro, temos que admitir, é cometido menos por pesquisadores do que por especialistas ou publicistas; os primeiros, em sua maioria, tentaram não opor sistematicamente as ações mediadas (por exemplo, por meio de técnicas de contato direto, portanto, interpessoais) às mediatizadas, mostrando a continuidade entre elas. Quanto aos especialistas e publicistas, sob o efeito da injunção tecnológica, enfatizando de forma sistemática as vantagens virtuais dos novos dispositivos, buscaram delimitar sistematicamente as diferenças entre os dois tipos de ações. Isso deve ser ainda mais enfatizado, porque a grande diversidade de áreas e objetos das ações de mediatização não contribuía para se ter uma representação global: as visões e as abordagens que dávamos a elas permaneceram separadas, até mesmo setorizadas. E esse desmembramento até contribuiu para o fato de que o processo de mediatização não fosse designado como tal por toda parte, pelo menos com essa designação.

Se as “mídias históricas” são contemporâneas ao advento da mediatização e elas continuam sendo estre-

tamente associadas a esse processo, permanece o fato de que seu fortalecimento, que acontece sob diferentes modalidades de acordo com as sociedades, é inseparável da expansão das Tic (o que leva ao erro comum de relacionar o futuro do processo somente ao desenvolvimento das Tic). Essa articulação entre Tic, hoje quase exclusivamente digital, e a mediação deve, no entanto, ser detalhada:

- Na atualidade, trata-se de uma simplificação por conveniência falar somente das Tic; na maioria dos casos, o que nos é proposto, consumidores-usuários ou produtores, são, estritamente falando, os dispositivos socio-técnicos, como são chamados por uma significativa literatura científica. Esses dispositivos, geralmente, combinam ferramentas de acesso e “tratamento da informação”, modalidades de intermediação, meios de difusão e conteúdos informacionais ou culturais, e até mesmo as redes chamadas de sociais. As combinações são múltiplas e a lista de dispositivos a definir seria longa. Eles estão associados a normas (em parte evolutivas) de produção, circulação e consumo. Somado a isso, temos que o conteúdo pode ser produzido por profissionais a partir do acesso a conteúdos produzidos em um contexto “amador” (termo ambíguo). Os dispositivos não são tecnológicos em si mesmos; eles integram uma dimensão tecnológica, mas também uma dimensão sociocultural;
- O processo de mediação esteve frequentemente apoiado e estimulado pela expansão das Tic, o que pode ser percebido pelas redes sociodigitais, como é observado por muitos trabalhos de pesquisa, mas que deveria também ser observado em relação ao conjunto das Tic. Elas também são usadas em funções

menos visíveis e, especialmente, menos diretamente relacionadas aos consumidores-usuários, como produção, conservação e arquivamento, difusão-distribuição, etc. Sendo assim, por mais decisivo que seja o papel das Tic para muitos autores e especialmente usuários como uma tendência para uma conectividade generalizada, não podemos nos ater a esse papel e negligenciar o plano de fundo ou *back office*, que é igualmente essencial na mediação das ações comunicacionais, seja porque toda uma série de atividades que atuam nesse processo são facilitadas e multiplicadas, seja porque elas contam com a iniciativa dos usuários finais (sem que eles possam realmente se apropriar da produção e controlar o conteúdo, assim como postula o paradigma colaboracionista);

- Uma vez esclarecido isso, surge a questão de saber se a mediação contribuiu para o que é apresentado como uma generalização da conectividade, e que deveria ser descrita como “*conexão em rede*” ou *constituição de uma rede*, na medida em que o acesso à conexão é (muito) desigual (fenômeno a que damos pouca importância, mas que deveria ser levado em consideração, porque o que está sendo estabelecido é claramente uma distribuição muito desigual de um bem que está se tornando comum). De toda forma, não podemos ficar satisfeitos com a resposta que é geralmente dada, a saber, que as técnicas atuais desencadeiam relações sociais menos hierárquicas (do ponto à massa, como era com as “mídias históricas”) e mais interativas (de ponto a ponto, com uma multiplicação de trocas interindividuais à

distância). Essas respostas dizem respeito às crenças que são realmente bem enraizadas. Pode-se facilmente mostrar que os dispositivos atuais favorecem *de facto* estratégias manipuladoras, dissimuladas e até violentas; em outras palavras, o aumento da conectividade não acompanha necessariamente a expansão da comunicação nas sociedades, o que vale também para a mediatização, que não deve ser dissociada dos meios e vetores de sua transmissão;

- Entre as muitas abordagens sobre a temática Tic e sociedade, parece-nos apropriado mencionar a abordagem de Patrice Flichy, em um artigo intitulado “O individualismo conectado entre a técnica e a sociedade” (FLICHY, 2004). O autor se preocupa em partir da análise das características marcantes das sociedades contemporâneas: profunda mutação da família, que não é mais a célula de base, deixando o indivíduo no centro; os lares são cada vez mais privados e individuais; as expectativas de um indivíduo trabalhador mais autônomo e reativo por parte das empresas; flexibilidade do trabalho; redução de compromissos duráveis tanto no trabalho quanto no casamento; desfiliação e isolamento social, etc. Não apenas, continua ele, as Tic não acabam com as separações observadas entre o espaço profissional, espaço privado e vida pública. Não devemos esperar que elas (como alguns esperavam) estabeleçam um elo onde as separações ou diferenças se afirmam. Mas, diz Flichy, as Tic podem “oferecer novas formas de fortalecer a autonomia e os contatos, em uma palavra, afiliação; podem permitir que determinados in-

divíduos ‘desfilados’ recuperem sua afiliação, com a condição de que tenham adquirido um verdadeiro domínio dessas tecnologias [...]” (FLICHY, 2004, p. 46). Nessas condições, as Tic “fornecem recursos para os indivíduos desenvolverem seu individualismo conectado [...]” (ibid., p. 47), sendo ao mesmo tempo mais autônomos e mais controlados, na vida privada e na vida profissional. Recusando tanto o determinismo do social quanto o tecnológico, o autor insiste na existência de múltiplas relações na interação entre o social e a técnica. Embora ele esteja mais interessado nas sociabilidades do que nas comunicações sociais, seu modelo analítico parece pertinente para tratar a mediação em profundidade.

- Por fim, deve-se lembrar que a mediação está relacionada com as reflexões sobre a presença à distância, que se desenvolve em transmissões televisuais envolvendo a participação de telespectadores como em reality shows, ou cursos on-line, contentando-nos em indicar o quanto a noção de lugar não está ausente, mas, de algum modo, reformulada.

Essas observações ajudam a fazer um balanço sobre as abordagens da mediação tais como elas se perpetuam desde pelo menos o começo dos anos 80, primeiro com as “mídias históricas” e então, gradualmente, com a adição das Tic. No entanto, não podemos deixar de observar que as análises se dão a partir de diferentes premissas teóricas e disciplinares, e até mesmo divergentes. Parece-nos que essas análises se dividem em duas grandes categorias:

- Por um lado, aquelas fundamentadas em abordagens semioantropológicas (que se encontram principalmente na América Latina, mas também na Europa [Eliseo Verón]);

- Por outro lado, aquelas fundamentadas em abordagens sociológico-simbólicas, categorização à qual seria aconselhável acrescentar vários trabalhos, tanto semiológicos quanto sociológicos, que não tratam da mediatização *per se*, mas que fazem parte dessa linhagem de investigação *de facto*.

Entre essas duas categorias de abordagem, se a metodologia for diferente, as diferenças não tornam as discussões e trocas impossíveis. Prova disso é, por exemplo, a realização de um seminário conjunto por videoconferência entre pesquisadores da Unisinos e do GRESEC (*Groupe de recherche sur les enjeux de la communication* da Universidade de Grenoble Alpes) em abril de 2014. Porém, os títulos das apresentações mostram o quanto as diferenças são significativas:

Do lado da Unisinos:

- “Estudo de *circuitos* como espaço de apreensão de processos comunicacionais” (José Luiz Braga);
- “Imagens totens: a fixação de símbolos nos processos de midiatização” (Ana Paula da Rosa);
- “A plurivocidade do conceito de midiatização” (Pedro Gilberto Gomes);
- “Réflexions sur la rupture épistémologique introduite par l’émergence du Web 2.0 dans l’étude de la médiatisation” (Jairo Ferreira);
- “A comunhão de opostos: A ONU e suas interpretações sobre indústrias criativas” (João Ladeira);
- “A prática jornalística e as figuras de controle e resistência das redações” (Beatriz Marocco);
- “Afetações da mediatização sobre o ofício jornalístico: ambiência, identidade, interação

com leitores e narratividades” (Antonio Fausto Neto).

A essa lista foi acrescentada a contribuição sociológica de Serge Proulx (UQAM), então presente no Brasil, intitulada “Cultura da contribuição: Entre o dom e a transação comercial”, que tratava especificamente das práticas de comunicação e da cultura participativa.

Do lado do GRESEC:

- “Desenvolvimento sustentável das cidades. Tic e participação dos habitantes” (Sylvie Bardoux-Boisnier);
- “Aplicativos da ‘realidade aumentada’ e visitas patrimoniais” (Marie-Christine Bordeaux e Lise Renaud);
- “Avaliação da relação com as fontes nas mídias tradicionais diante dos usos sociais inovadores” (Bertrand Cabedoche);
- “Rádios associativos na era da Web 2.0 – O exemplo de Grenoble” (Maria Holubowicz);
- “Tic e industrialização do sistema de avaliação científica” (Ilya Kiriya, Universidade Nacional de Pesquisa de Moscou, então presente em Grenoble);
- “Produção de dados e informações públicas – Os desafios locais dos *open data*” (Isabelle Pailliant);
- “Da informação ao trabalho. Lógicas sociais, modos de organização e dispositivos de mediação da informação profissional” (Adrian Staii).

Os títulos das apresentações não são suficientes, sem dúvida, para identificar com precisão as abordagens metodológicas e as bases teóricas. No entanto, eles permitem esclarecer o conteúdo das discussões realizadas após

as apresentações. Não é tanto a diversidade das áreas que chama a atenção, e sim particularmente o distanciamento ou diferenciação progressiva para com os objetos geralmente tratados pelas “mídias históricas”. Na maioria dos casos, no entanto, a bipolarização das abordagens acima mencionadas se destaca: orientação semioantropológica/orientação sociológico-simbólica. Acrescentamos que alguns estudos baseados nas mediações e em seu processo (progressivo) de mediatização escapam desse quadro de interpretação e, em particular, aqueles que não se interessam pelas estratégias dos atores da comunicação mediada e da sua mediatização gradual.

Deve ser notado também que alguns poucos autores tentaram superar a bipolarização que acabamos de mencionar. Entre as tentativas mais bem-sucedidas que tinham expressamente esse objetivo, é necessário citar Jean-Pierre Esquenazi sobre o discurso midiático (ESQUENAZI, 2002) e as reflexões e análises dos discursos cinematográficos e audiovisuais de Roger Odin, que o levou a propor um modelo heurístico, o modelo semiopragmático, “[...] que visa permitir se fazer perguntas sobre o funcionamento (ou não funcionamento) dos processos comunicacionais” (ODIN, 2011, p. 19). A orientação escolhida por Benoit Lafon é semelhante, mas aplicada às produções televisuais; ela se aproxima mais do sociossimbólico, e isso a longo prazo (LAFON, 2016).

4. Alguns desafios muito atuais

Esses trabalhos abrem perspectivas animadoras, e espera-se que elas se desenvolvam significativamente. Isso se faz necessário visto que a pesquisa em informação-comunicação permanece muito fragmentada para enfrentar a onipresença do discurso de especialistas, que não hesita em impor questionamentos “globais”, diante dos quais os conhecimentos validados dificilmente se opõem às prá-

ticas sociais. Além disso, ela ainda leva pouco em conta o fato de que o processo de mediatização – mais do que nunca – é apoiado por um movimento de mercantilização em via de generalização, e ainda por uma industrialização fortalecida, com características inéditas (em comparação com as “mídias históricas”), que devem ser colocadas como elemento primordial da análise, principalmente desde a expansão disruptiva das redes sociodigitais (nos anos de 2005- 2015).

Assim, distinguiremos três séries de questões, tanto societais quanto científicas; trata-se de:

1. Elucidar com precisão o significado a ser dado ao digital:

Na maioria das vezes, os autores não se preocupam em definir o que é o digital, que eles consideram como uma totalidade que não pode ser debatida. E o mais surpreendente é que, ao mesmo tempo, muitos deles se colocam na perspectiva de uma nova era, até mesmo de uma revolução, em que o digital seria a primeira marca, sem sequer especificar se essa revolução está em andamento ou já está concluída. Que técnicas digitais tomaram o lugar das técnicas que não o eram (analógicas, fotoquímicas, impressas, etc.) é inegável, mas o processo está finalizado? Tudo indica que não completamente: se considerarmos, por exemplo, os diferentes ciclos de produção de valor nas filiais das indústrias culturais e criativas, não podemos deixar de ver que este tipo de produção industrial inclui hoje ao mesmo tempo elementos de continuidade e de descontinuidade e até mesmo de ruptura (MIÈGE, 2017). E, além disso, muitas técnicas atualmente estão ainda em fase experimental ou primeiras realizações industriais são anunciadas, que participam também do digital e ampliam consideravelmente as aplicações: objetos conectados, chips de comunicação, robótica e inteligência artificial, implantes e próteses, engenharia genética e, mais amplamente, interfaces homem-

-máquina. Uma revolução singular que se revela difícil de se caracterizar com precisão, especialmente em seus desenvolvimentos futuros, com uma importância estratégica e conceitual que já podemos descrever como primordial, mas que ainda é difícil de apreender.

Atualmente, no entanto, é possível ir mais longe na caracterização (revelação talvez seja um termo mais adequado, desde que seja uma operação que tenha continuidade), não apenas do digital *stricto sensu*, mas também do que está na base de uma grande inovação (de ruptura, radical, segundo Christopher Freeman, que se referencia em Joseph Schumpeter); atualmente, as Tic conjugam, de fato:

- a digitalização sob a forma de 0 e 1 de quantidades cada vez maiores de dados e de processamento;
- compressão de sinais, especialmente para transmissão através das redes;
- miniaturização dos componentes;
- e, ao fazê-lo, o tratamento, a visualização dos dados e sua modelagem, e cada vez mais sua algoritmização, bem como a extensão das possibilidades de interatividade.

E é a implementação de todos esses elementos, combinados entre si em larga escala (= conjugação de todos eles), que nós qualificamos indevidamente como digital (termo que tomou o lugar do virtual). Esse atalho e simplificação não são apenas de ordem semântica: eles têm o grave inconveniente de ofuscar as outras modalidades que caracterizam as Tic, bem como uma série de operações industriais (de coleta, de arquivamento, de tratamento, de troca e disponibilização comercializada), que são ligados a Tic, mas são também essenciais para a sua implementação. Esses aspectos essenciais estão dissimulados; eles são, no entanto, estruturantes. E apesar das advertências da maioria dos filósofos ou epistemólo-

gos da técnica, muitos tecnólogos e publicitários inserem suas reflexões (e projeções) em um curto período de tempo, enquanto que o recorte temporal dos movimentos da técnica é, deve-se repetir, um longo período. Seria preciso justificar que o que prevaleceu para as técnicas anteriores não predomina mais para as técnicas digitais, na medida em que elas seriam radicalmente diferentes: este é um discurso que pode ser feito em trocas profissionais e sociais, mas que não tem nenhuma consistência no nível teórico.

Os desenvolvimentos anunciados e somente estabelecidos na segunda era digital ainda são baseados nas técnicas de informação e comunicação, mas, a partir de então, elas são integradas nos dispositivos e nas partes que os compõem (na genética, automação, robótica), o que nos leva a perguntar se o fato de agrupá-las em uma categoria unificada que se amplia incessantemente, como proposto pelo digital, ainda apresenta algum significado. O que estava/está no coração das Tic são, acima de tudo, os fenômenos de mediação e mediatização, envolvendo de uma forma ou de outra (isto é, direta ou indiretamente, face a face ou à distância) a intervenção de mediadores, isto é, de atores humanos, individuais ou organizados, em qualquer caso socializados; e são esses fenômenos que são observados pelas ciências da informação-comunicação. Mesmo que sua automatização – parcial – seja provável a longo prazo, isso não justifica uma extensão sem limites, ou seja, um não enquadramento conceitual. Ora, a confusão é mantida pelo fato de que o termo mediatização é usado, por iniciativa dos profissionais da informática, para qualificar operações automatizadas, pré-programadas de alguma forma.

2. Reposicionar o processo de construção social das Tic (digitais):

Não é fácil fazer um balanço dos trabalhos e teorias a partir das quais eles buscaram inspiração, que es-

tabeleceram como objetivo compreender as determinações sociais na construção (ou formação) das Tic desde a década de 1980. Um pouco em toda parte, as Tic (com este ou outro nome) resultaram em um grande conjunto, tanto quantitativa como qualitativamente, de trabalhos de pesquisa relacionados com as ciências humanas e sociais (sociologia, ciência da informação e da comunicação, ciência política, semiótica, ciências econômicas, mas também psicologia e ciências cognitivas) e, secundariamente, com as engenharias. Grande parte dessas pesquisas se concentrou em ferramentas (desde a telemática e o microcomputador até a web semântica) ou aspectos parciais (digitalização de documentos, blogs políticos, blogs literários, SMS, identidades digitais, mídias e plataformas digitais, etc.); por razões históricas compreensíveis, elas se direcionaram principalmente para as utilizações e até mesmo os usos. Em outras palavras, elas formam um conjunto consistente, porém disperso, relativamente heterogêneo, que permaneceu pouco conhecido pelos não especialistas. Se for necessário apontar suas características comuns, podemos insistir no fato de que elas eram: 1º ligadas a ferramentas específicas; 2º marcadas principalmente por uma orientação do usuário; e 3º muitas delas pouco relacionadas às preocupações de ordem comunicacional. O paradoxo é que as Tic são frequentemente tratadas fora de qualquer ponto de vista infocomunicacional. Aqui observamos também os limites das abordagens monodisciplinares.

Mas, acima de tudo, se hoje essas abordagens são cada vez mais consideradas incompletas ou insuficientes, é porque militantes ou pesquisadores, que criaram muitas expectativas em relação às possibilidades de compartilhamento e de iniciativas a partir dos novos meios de comunicação ou no contexto das comunidades virtuais (em relação à teoria da apropriação social das mídias ou com os paradigmas colaborativo e criativo), são levados a constatar que, desde o início deste século, esses meios

estão mais do que nunca sob o domínio de indústrias de comunicação poderosas, como os *Big Five* (ou GAFAM), no contexto dos mercados que elas organizam praticamente em todo o planeta: em outras palavras, a construção social das Tic se dá agora, em grande parte, por iniciativa desses grupos poderosos que, em poucos anos, tiveram êxitos industriais e financeiros excepcionais, garantindo a eles, a partir de suas bases essencialmente californianas, e dos estímulos das grandes bolsas financeiras (em primeiro lugar a Bolsa de Nova York), uma hegemonia quase mundial e pouco contestada. Nessas condições, quando se está interessado no funcionamento da informação-comunicação, é prioritário levar em conta essas fortes tendências estruturantes, tanto socioeconomicamente (por exemplo: como a produção cultural e criativa, industrial ou não, depende de indústrias de rede?) quanto sociopoliticamente (por exemplo: os cidadãos diante da vigilância global; ver abaixo) ou socioculturalmente (por exemplo: quais são os efeitos da algoritmização nas práticas de consumo, e particularmente nas práticas culturais e informacionais; ver abaixo). Todas essas são questões que, prolongando as interrogações anteriores, passam a assumir incontestavelmente, a partir de então, uma nova dimensão. A abordagem da mediatização, portanto, não escapa a esses elementos de estruturação.

3. Pensar a mediatização em relação à (nova) ordem mundial da informação-comunicação:

A mediatização das ações infocomunicacionais está em quase toda parte em (forte) progressão, seja porque o processo se insere em uma continuação do que foi encaminhado com as “mídias históricas”, seja porque a generalização em curso das relações públicas beneficia as estratégias de comunicação das empresas, administrações e agências, seja porque elas se apropriam das técnicas disponíveis para estender suas ações na maioria dos campos

sociais, seja porque novos atores passam a acessar mais facilmente esses usos potenciais, ou porque redes sociais digitais estão “multiplicando” as oportunidades de contato com públicos-alvo e até suscitando iniciativa e colaboração dos usuários. Essas são todas as possibilidades que se combinam para ampliar em fortes proporções a mediação, que até se beneficia de uma diversificação e de um refinamento dos dispositivos enunciativos como modalidades. Deixaremos de lado duas perguntas que começam a ser feitas: as sociedades estão em via de mediação? E a lógica da engenharia, se não dos engenheiros, está em via de se impor, levando a uma automatização pré-programada de ações? Porque o essencial, nas condições atuais, parece se concentrar em duas direções correlacionadas entre elas e bastante problemáticas para a mediação das ações infocomunicacionais. É para elas que pretendemos chamar atenção, sem dúvida a partir de outros autores que, é verdade, raramente se posicionam do ponto de vista das perspectivas expostas neste artigo. Essas duas direções são:

Por um lado, a tendência para uma vigilância digital sempre crescente, favorecida pelo desenvolvimento não controlado sociopoliticamente e internacionalizado do arquivamento de dados de todos os tipos (*Big Data*), incluindo coleta, processamento, produção, comercialização, e os usos escapam da visibilidade social: essa característica é um desafio formidável, não apenas para a vida privada e a autonomia individual (como cada vez mais juristas relatam), mas também para o funcionamento e a regulação das sociedades com seus diferentes elementos.

Por outro lado, a algoritmização amplamente estabelecida nas práticas de consumo e, especialmente, o que nos interessa aqui, nas práticas culturais e informacionais. Seguindo Dominique Cardon (2015), insistimos no fato de que essas métricas, em sua maioria novas, estão posicionadas ao mesmo tempo em termos de popularidade

(acessíveis pelo voto ou representatividade), de autoridade (ligada às classificações meritocráticas), de reputação (o incitamento de redes de afinidade digital-social é decisivo aqui) e de previsão, que mistura perspectivas previamente distintas (pelo menos em princípio), tornando mais opacos os tratamentos das informações coletadas. É provável que essa multiplicação sem limites de dados seja posicionada principalmente em termos de previsões e favoreça o refinamento das estratégias de publicidade, bem como o desenvolvimento em direção à identificação estimada de êxitos e sucessos.

Portanto, o processo de mediatização é o lugar das mudanças decisivas, contemporâneas à entrada na (nova) ordem da informação e comunicação. Essa expressão reconhece que a ciência da comunicação e da informação é cada vez mais importante em todas as atividades humanas, desde a produção até o consumo, em todas as instâncias de mediação e reprodução sociais, assim como na esfera privada.

O que é essencial com o uso dessa expressão é que a ênfase está em um novo agenciamento ou organização da informação articulada à comunicação, mas esse agenciamento permanece em formação.

Essa nova ordem não é prioritariamente política ou sociopolítica, mas é principalmente econômica, sociotécnica e sociocultural (MIÈGE, 2017); e não se concentra na informação da imprensa e leva em conta informações de todas as naturezas, editadas ou não; e se é global, pelo menos em grande parte, está também fortemente ligada às polaridades ou desigualdades do desenvolvimento, como se observou no início do século XXI.

Referências

CARDON, Dominique. *A quoi rêvent les algorithmes: nos vies à l'heure des big data*. Paris: Seuil, La République des Idées, 2015.

- ESQUENAZI, J-P. *L'écriture de l'actualité: pour une sociologie du discours médiatique*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble, 2002.
- FLICHY, Patrice, L'individualisme connecté entre la technique numérique et la société. *Réseaux*, v. 22, n. 124, p. 17-51, 2004.
- LAFON, Benoit. Productions médiatiques de l'État-nation: espaces de communication et télévision, 1950 – 2015. In: CONGRES DE LA SOCIETE POUR L'HISTOIRE DES MEDIAS, Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines, 26-27 mai 2016.
- MIÈGE, Bernard. *La société conquise par la communication: III. Les Tic entre innovation technique et ancrage social*. Grenoble: PUG, 2007. p. 79-104.
- MIÈGE, Bernard. *L'espace public contemporain*. Grenoble: PUG, 2010.
- MIÈGE, Bernard. *Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication*. Grenoble: PUG, 2017.
- ODIN, Roger. *Les espaces de communication: Introduction à la sémio-pragmatique*. Grenoble: PUG, 2011.
- STIEGLER, Bernard, *Dans la disruption comment ne pas devenir fou?* Paris: Les liens qui libèrent, 2016.

Mediação, midiatização: conceitos entre trajetórias, biografias e geografias

Mediation x mediatization: Concepts between trajectories, biographies, and geographies

Antônio Fausto Neto

Resumo: As noções de mediação e de midiatização estão, pelo menos a partir dos anos 1980, no centro de pesquisas, no cenário da geografia dos estudos de comunicação, especialmente de origem latina. E, a exemplo de outros conceitos, não emergiram nem se desenvolvem de um modo “abstrato”, mas a partir de trajetórias, biografias e geografias que, por assim dizer, têm se constituído em “condições de produção” para diferentes ângulos de suas abordagens, bem como para sua circulação e recepção nos âmbitos acadêmicos, editoriais e da pesquisa aplicada. Este artigo apresenta três cenários latinos nos quais as elaborações destes conceitos são pensa-

das e anunciadas: o primeiro se caracteriza pelo “desembarque” do difusionismo, e a disseminação de suas noções no contexto latino-americano provoca uma primeira onda de debates sobre os efeitos do “paradigma funcionalista” sobre estudos e práticas comunicacionais neste continente. O segundo apresenta o avanço do “caldo crítico à noção funcional” de “ação social organizada”, favorecendo a emergência e sistematização de primeiros estudos que examinam as relações entre comunicação e organização social, segundo a perspectiva das mediações sociais. E um terceiro cenário aponta o deslocamento do estudo da comunicação do ângulo das mediações para o da midiaticização, conceito este que se dissemina no estágio atual da sociedade, no qual práticas sociais são afetadas de modo distinto, mas intenso, por operações da cultura midiática. Embora não enfatizando a “performance” de autores, destaca-se a importância das formulações de Jesús Martín-Barbero e Eliseo Verón para a construção deste conceito, que, a despeito das singularidades que norteiam o aparelho teórico-epistemológico-metodológico de cada um deles, mostra a contribuição estratégica daqueles dois pensadores para o desenvolvimento da investigação latino-americana da comunicação midiática. Aponta-se que, embora sendo distintas, as problemáticas refletidas pelos dois autores se cruzam e se reconhecem, segundo efeitos de leituras destacados por alguns leitores e analistas de suas obras. Seus trajetos, embora distintos, reúnem proposições – ora divergentes, ora complementares – que podem ser tomadas como referências e hipóteses para o desenvolvimento de novos passos da pesquisa comunicacional nos futuros estágios de cenários da midiaticização em curso.

Palavras-chave: Difusionismo. Mediação. Midiaticização. América Latina. Cruzamentos / Diferenças.

Abstract: The notions of mediation and mediatization are, at least since the 1980s, at the center of studies and

research in the scenario of the geography of communication studies, especially the ones of Latin origin. And, like other concepts, they did not emerge and develop in an 'abstract' way, but from trajectories, biographies and geographies that, so to speak, constituted 'production conditions' for different angles of their approaches, as well as for their circulation and reception in the academic, editorial and applied research fields. This article presents three Latin scenarios in which the elaborations of these concepts are thought of and announced: The first one is characterized by the 'landing' of diffusionism, in which the dissemination of its notions in the Latin American context provokes the first wave of debates about the effects of the 'functionalist paradigm' on communicational studies and practices in this continent. The second one presents the advance of the 'critical broth of the functional notion' of 'organized social action', favoring the emergence and systematization of the first studies that examine the relations between communication and social organization, according to the perspective of social mediations. And a third scenario points to the displacement of the study of communication from the angle of mediations to the angle of mediatization, a concept disseminated in the present stage of society in which social practices are affected by operations of media in a distinct but intense way. Although not emphasizing the 'performance' of authors, we highlight the importance of Jesús Martín-Barbero's and Eliseo Verón's formulations for the construction of this concept, which shows the strategic contribution of these two scholars to the development of Latin American research on media communication, despite the singularities that guide the theoretical-epistemological-methodological apparatus of each one of them. We point out that the problems reflected by both authors, although distinct, intersect and recognize one another, according to the effects of the comprehension

highlighted by some readers and analysts of their works. Their paths, though distinct, bring together propositions – sometimes divergent and sometimes complementary – that may be references and hypotheses for the development of new steps in communicational research in the future stages of the ongoing mediatization scenarios.

Keywords: Diffusionism. Mediation. Mediatization. Latin America. Intersections / Differences.

Introdução

As reflexões que são aqui desenvolvidas têm como objeto dois conceitos que constituem quadro conceitual dos estudos de comunicação, âmbito no qual referências específicas sobre a modalidade de comunicação midiática estão no centro das preocupações. A exemplo de uma “constelação” de conceitos que alimentaram este jovem caminho de estudos, as noções de mediação e de midiatização estão hoje, desde os anos 1980, no centro da atenção de diferentes contextos do ensino e da pesquisa acadêmica e mesmo no âmbito da pesquisa aplicada. Se estivéssemos reconstituindo aspectos da história da produção do conhecimento comunicacional, elencaríamos vários fatores que destacariam a importância destes dois conceitos, especialmente, aspectos mais abrangentes que estão relacionados com a manifestação de olhares analíticos e críticos sobre efeitos da orientação funcionalista a respeito de questões comunicacionais. Porém, considerando a especificidade do contexto no qual se efetiva a publicação desta obra, partimos de uma hipótese mais específica: diferentes manifestações teóricas e metodológicas da “ação social organizada”, em vários âmbitos do funcionamento da sociedade latino-americana – e especificamente brasileira –, constituíram-se em “condições de produção” para a emergência, nas últimas três décadas, dos conceitos de mediação e de midiatização.

Em função desta proposição, descrevemos três

cenários: inicialmente, recuperamos alguns aspectos que caracterizaram o “desembarque do difusionismo” no Brasil (1962), cujas epistemologias condutivistas orientaram ações comunicacionais voltadas para a promoção de processos de modernização fundados em modelo comunicacional em torno da noção de transferência de conhecimentos. As várias marcas da “pedagogia extensionista” no âmbito de várias práticas sociais (agrícolas, educativas, associativas, etc.) no Brasil permitem afirmar que o “paradigma difusionista” se constituiu na primeira “escola” de estudos comunicacionais no país. Tal modelo pensava a noção de comunicação segundo perspectiva transportadora, isto é, o deslocamento do pensamento e do ponto de vista do ator em produção sobre universos compreendidos apenas como um âmbito de recepção de mensagens.

Como segundo cenário mostramos o surgimento de um “caldo crítico” ao modelo funcional da “ação social organizada”, inspirado em várias formulações: desde as teses da “sociologia da dependência” sobre os programas de modernização implementados na América Latina por norte-americanos, passando pelas teses críticas sobre a “pedagogia da extensão”, formuladas por Paulo Freire, até, e de modo central, a leitura crítica de Jesús Martín-Barbero sobre as relações dos meios massivos com os atores sociais. O pensamento deste autor contribui para a formulação de outro desenho sobre tais relações. Recusando a ascendência (unilateral) dos meios sobre os atores em recepção, ele diz haver uma relação, mas que é mediada por diferentes aspectos (culturais, políticos, etc.) relativos às práticas sociais dos indivíduos. Portanto, no lugar da difusão, a ênfase da ação comunicacional estaria centrada nas mediações sociais.

E como terceiro cenário descrevemos a complexificação da sociedade em decorrência da intensa transformação de tecnologias em meios de comunicação que afetam

todas as práticas sociais. Desponta uma nova “arquitetura comunicacional” no seio da qual as interações sociais se dão em meio a intensos e complexos *feedbacks*. Estas mudanças apontam para a existência da midiaticização, conceito formulado pela primeira vez por Eliseo Verón, em 1986, e cuja materialidade de sentidos se faz também através de complexos processos de circulação. A midiaticização corresponde ao estágio atual da sociedade em que vivemos, caracterizado pela revolução que a internet promove em termos do acesso ao conhecimento, à cultura e às instituições. A midiaticização é a complexificação dos dois modelos anteriores, sendo que, neste momento, vivemos apenas um dos seus estágios: o deslocamento das mediações sociais à midiaticização. A midiaticização corresponde também ao descolamento de fenômenos comunicacionais midiáticos da órbita das diferentes orientações sociológicas que inspiraram até aqui estudos, para não dizer a própria existência, do campo da comunicação. Estamos diante de entrelaçamentos das práticas sociais permeadas por dinâmicas da midiaticização, cujos processos observacionais se fazem através de interfaces de disciplinas dentre as quais se destaca a semiótica aberta como fonte e orientação para novos programas de estudos.

Estes modelos aqui comentados ganham existência a partir de conceitos que estão subordinados às trajetórias e às condições de produção de conhecimentos, às geografias e, particularmente, às biografias dos seus formuladores. Nosso interesse não é o de ressaltar a *performance* dos autores como “fundadores” de modelos e de conceitos. Visa apenas chamar a atenção para avanços que seus estudos promovem a fim de que estas noções se constituam na matéria-prima para investigação comunicacional nas paisagens latino-americanas. Mas não se trata de conceitos atravessados por marcas de uma só geografia. Entretanto, não se pode ignorar que “lugares de falas”, de onde brotam estas proposições, foram também inspirados

em trajetos complexos reunindo amizades, afetos, pesquisas e outras formas de intercâmbios, mesmo que sob a indiferença de geografias acadêmicas.

1. “Desembarques” do difusionismo: reminiscências

O difusionismo e a *research communication* fazem vários desembarques no Brasil a partir dos anos 1960, através de assistência técnica, formação de recursos humanos e de “missões de ajuda”. Destacamos uma outra modalidade de chegada: as “malas postais” organizadas pela USIS (escritório de propaganda e de difusão dos Estados Unidos) reunindo livros escritos – traduzidos para o português – por autores norte-americanos, especialistas no âmbito das *mass communications*, para serem distribuídos para jornalistas e professores universitários no Nordeste brasileiro. Constavam deste pacote editorial manuais de jornalismo escritos por autores como John Hohenberg e Fraser Bond, que serviram como referências centrais da escola funcionalista para a formação de jornalistas. Além deles, havia textos especializados em comunicação rural, como a clássica obra de Everett Rogers, “Difusão da inovação” (1962), como grande fonte teórico-epistemológico-metodológica na formação, ainda hoje, de extensionistas rurais, além de outras referências destinadas a cientistas sociais que pesquisavam o tema da “comunicação e mudança social”. Fazia parte ainda desta “mala postal” a distribuição nos meios jornalísticos locais de *features*, quadrinhos e outros materiais especializados sobre a realidade norte-americana, especialmente o envolvimento daquele país na Guerra do Vietnam. De um modo intenso, os escritos sobre temas afins à matriz comunicacional, na perspectiva do funcionalismo, migravam de agências governamentais e universidades norte-americanas para ações de programas em áreas agrícolas brasi-

leiras, que se valiam de modelos comunicacionais de fundo condutivista para promover a difusão de informações sobre processos agrícolas. O postulado central da teoria difusionista repousava na transmissão de mensagens disseminadas a agricultores mediante a observância de padrões e parâmetros de transferência de conhecimentos¹. Pode-se dizer que complexo *approach* teórico-empírico se constituiu na primeira “escola” de estudos de comunicação no Brasil, irradiando-se nos âmbitos do ensino e na formação de pesquisadores, além de assessoramento de instituições que executavam as estratégias de disseminação de conhecimentos de suas diferentes políticas. Muitas gerações de agrônomos, educadores e comunicólogos brasileiros foram treinadas inicialmente em universidades americanas especializadas em estudos sobre o difusionismo (Wisconsin, Michigan, etc.). A ênfase destas ações esteve centrada em fundamentos de transferências de signos por parte de núcleos técnicos e políticos, segundo estratégias que ignoravam especificidades de manifestações de práticas comunicacionais desenvolvidas pelos respectivos circuitos de recepção desta modalidade de interação.

2. Da difusão à mediação

As trajetórias difusionistas são também alvo-objeto de formulações críticas inspiradas, inicialmente, na emergente “sociologia da dependência”. Dentre elas, chamava a atenção para o fato do difusionismo não levar em conta variáveis de natureza estrutural (HAVENS, 1972) relacionadas com a própria organização social das populações receptoras deste tipo de programas de modernização. A

1 Várias matrizes de orientação difusionista servem como referência para estas ações, especialmente os estudos de Rogers (*Innovation of diffusion*, 1962); de Lasswell, sobre a teoria hipodérmica (1948); o “Fluxo da comunicação em dois tempos” e a “Influência pessoal”, de Katz e Lazarsfeld; as hipóteses acerca dos “Usos e gratificações”, de Blumler, Katz e Gurevitch (1974).

ênfase da crítica apontava que as práticas extensionistas valorizavam apenas o ponto de vista dos seus ofertadores, ignorando lógicas, tradições, histórias e linguagens, em suma, as racionalidades dos seus eventuais beneficiários. As trajetórias críticas ao difusionismo se disseminam ainda pelas veias latino-americanas através de reflexões identificadas com marcos analíticos inspirados na ideologia cepalina do desenvolvimentismo, na larga experiência de pesquisadores em práticas de comunicação rural (BORDENAVE, 1978; BELTRAN, 1979). E, ainda, nas ressonâncias das teses de Paulo Freire (1970) sobre a aplicação da pedagogia difusionista na atividade da extensão rural. Práticas culturais que se inspiravam nas lógicas e imaginários de coletivos agrícolas, como a literatura de cordel, eram apropriadas no Nordeste por estratégias de comunicação de instituições responsáveis por programas (agrícolas, de saúde, científico, associativo, etc.) para veiculação de suas mensagens institucionais. “Gramáticas” dos folhetos daquela modalidade de comunicação eram adaptadas às informações instrumentais oriundas das instituições no sentido de orientar uso de informações para tomada de decisões por parte de populações rurais. Os folhetos adquiriam formatos inspirados em pedagogias e “modos de agir”, e suas narrativas eram substituídas pelas novas temáticas inspiradas nos interesses e nos saberes das instituições (FAUSTO NETO, 1982).

A crítica sobre a episteme comunicacional condutivista nas práticas sociocomunicacionais na América Latina e, de modo específico, no Brasil é dinamizada pela circulação de reflexões de várias ordens, dentre elas conceitos da Escola de Frankfurt, como o de “razão instrumental”, que inspiraram debates sobre a “indústria cultural” em desenvolvimento no continente (PASQUALI, 1973). Como reação à pragmática da “ação social” emergiam no contexto latino-americano outras trajetórias, como a apropriação do estruturalismo (VERÓN et al., 1971; MATTELART et al.,

1970). Estuda-se o difusionismo para além de suas vertentes de penetração econômica, buscando seus efeitos sobre regras sociais, e neste sentido pesquisa-se a “produção social da significação [...] por que pensamos que a significação (as ‘linguagens’, as ‘mensagens’, a ‘comunicação’) não pode ser separada do funcionamento da sociedade em seu conjunto e, mais especificamente, da produção social, do modo de produção” (VERÓN, 1974, p. 3). Analisam-se a partir da semiologia de primeira geração – inspirada na análise imanentista dos textos – mecanismos de produção de ideologias associadas ao *American way of life*, na produção da indústria cultural (DORFMAN; MATTELART, 1977). No Brasil, um dos efeitos deste caldo reflexivo é a criação (1974) de programa de estudos de pós-graduação sobre “Comunicação para o desenvolvimento” na Universidade de Brasília, que se constituiu em centro de debate sobre as teorias difusionistas e formulações que lhes eram críticas. Emergiam neste contexto novas “escolas”, como a do pensamento comunicacional latino-americano, cuja sensibilidade analítica apontava que as hipóteses funcionalistas não podiam gerar intercambialidades simétricas, uma vez que sua “ação social organizada” (LAZARFELD; MERTON, 1985) fixava-se no ponto de vista do disseminador de mensagens. É neste contexto que a pesquisa acadêmica desloca seu olhar para existência de outros circuitos de produção de sentidos, permeados por questões culturais e problemáticas sociais de contextos específicos. Como críticas às teses determinísticas sobre os efeitos dos *mass media* surgem outras categorias analíticas, como a de mediações, visando examinar as manifestações da “indústria cultural”, mas a partir da perspectiva de práticas afins às realidades e dos próprios universos dos atores sociais.

Hipóteses segundo as quais o contato destas sociedades com os meios massivos passava pelo reconhecimento de culturas, das identidades e de processos específicos de codificação de realidades deslocam o eixo

da atenção da pesquisa dos meios para mediações, isto é, para articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, para as diferentes temporalidades e para a pluralidade de matrizes culturais (MARTÍN-BARBERO, 1987). Trata-se de uma nova problemática que aponta uma trajetória de contraposição às lógicas do funcionalismo ao chamar a atenção para observações que permitiam emergir sentidos a partir do reconhecimento do trabalho de práticas culturais que permeiam o mundo da vida. Significa, portanto, um conceito de mediação radicalmente distinto daquele concebido pela teoria dos “fluxos em duas etapas”. Esta enfatiza o desdobramento de uma ação formulada pelo ponto de vista do emissor através de elo intermediário que operaria como meio de repasse das intenções daquela instância para os contextos da recepção. Tratava-se de um elo de reprodução a serviço da crença e dos fins traçados pela emissão. A perspectiva de mediação proposta pelo autor colombiano prevê que elementos cognitivos, culturais, sociais, simbólicos do mundo dos indivíduos funcionariam como condição de um outro trabalho interpretativo em relação às ofertas das matrizes mass-midiáticas. Ou seja, na contramão do difusionismo, as interações entre os meios de comunicação e os atores sociais repousariam na valorização do olhar das práticas culturais em contato com os meios. Nestas condições, matrizes culturais – política, religião, educação, cultura, associativismo, etc. – não só possibilitariam o acesso das pessoas aos meios, mas também funcionariam como referências para leitura das ofertas mass-midiáticas.

A trajetória barberiana faz escala na filosofia e na semiótica (MARTÍN-BARBERO, 1978) para pensar a comunicação. Mas seu desembarque se dá nas epistemologias das ciências sociais, onde organiza seu programa investigativo sob a justificativa de que “pensar a comunicação na América Latina é cada dia mais uma tarefa antropológica” (2004a, p. 209). Princípios que orientam esta

pesquisa repousam no deslocamento do objeto dos meios para as mediações “a partir das mediações e dos sujeitos, isto é, a partir das articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais” (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 29). Sem dúvida que a circulação das propostas barberianas ganha, ao longo dos anos, fluxos intensos nos contextos acadêmico e associativo latino-americanos. Porém, as escolhas de modelos analíticos identificados com *approaches* socioantropológicos e dos “estudos culturais” permitem, de um lado, a observação de questões que iam além das teses da “ação social organizada”, mas, por outro, a problemática do comunicacional aparecia fortemente afetada pelo método. Se dentre as críticas ao funcionalismo se chamava a atenção para o fato de que importávamos dos “países centrais” não só técnicas, mas os problemas de pesquisa, ocorre que alternativas metodológicas a estes protocolos se fixaram também em técnicas inspiradas em modelos herdados das ciências sociais, sem se levar em conta as implicações epistemológicas deste deslocamento para com o objeto de natureza comunicacional. Disso resulta como consequência a “antropologização” de fenômenos comunicativos com o deslocamento, ou mesmo desaparecimento, de questões efetivamente comunicacionais, diante da ênfase dada às tecnologias metodológicas acima lembradas. Entende-se que tal modalidade de apropriação epistemológica, além de gerar a subordinação de fenômenos comunicacionais a enquadres específicos das ciências sociais, impediria ou retardaria o reconhecimento da comunicação midiática como objeto específico de pesquisa.

Esta questão vai se modificando com a complexificação da própria organização social pela presença e intensificação dos processos midiáticos, aspecto que causa o interesse pelo estudo dos campos sociais, especialmente o de natureza midiática, a partir de uma perspectiva socioestrutural. O campo das mídias desponta como um ecossistema, diferenciando-se dos demais campos pela

singularidade da sua atividade organizadora de processos de interação entre eles (RODRIGUES, 1999) e também por sua atividade de mediação, enquanto “elo de contato” entre os demais campos. O interesse pela ação dos meios vai além da noção funcionalista de “ação social organizada”, na medida em que os meios contribuem para um modelo de organização social que recebe a nomeação de “sociedade dos meios”: aquela que se destaca pela existência dos meios (VERÓN, 1983). Isso significa que as práticas midiáticas teriam certa ascendência sobre as práticas de outros campos, no sentido de oferecer-lhes mecanismos de produção e de inteligibilidades sobre o processo social. Além de reconhecer que os meios teriam como competência específica construir tematizações sobre a sociedade, ressalta-se também que eles se constituiriam a partir de uma realidade particular, cujos processos observacionais seriam engendrados segundo operações a partir de sua própria *autopoiesis* (LUHMANN, 2005). Percepções sobre a ação dos meios estão atravessadas pelo reconhecimento de sua atividade mediacional, metaforizada pela imagem de que eles seriam uma espécie de “portão de acesso” dos indivíduos aos demais sistemas complexos (GIDDENS, 1991). Isso significa que os meios operam a mediação de modo distinto ao formulado por Martín-Barbero, mediante acoplamentos com práticas de outros campos, mas a partir de competências que lhes eram inerentes.

A ação dos processos midiáticos vai atuando de modo intenso sobre a ambiência social, disseminando referências de uma cultura tecnocomunicacional que atravessam as práticas sociais diversas, suas identidades e os processos de interação com as instituições. Surgem “sintomas” e indicadores que apontam para as transformações resultantes das novas formas de contatos entre a cultura dos meios e as culturas dos grupos sociais diversos. Em consequência, ergue-se ambiência permeada por heterogeneidades de práticas comunicacionais e de outras natu-

rezas, cujas lógicas se interpenetram, tornando difícil estabelecer distinções entre suas fronteiras e os postulados de cada uma delas. Estamos diante de um outro deslocamento – das mediações à midiaticização.

3. Das mediações à midiaticização

Veremos que a dinamização dos processos midiáticos vai fornecendo condições para o surgimento do cenário da midiaticização, transformando a sociedade em uma nova ambiência e, ao mesmo tempo, ensejando a emergência de um novo modo de ser no mundo (GOMES, 2017). Sintomas estariam a indicar o rastro de complexas interfaces entre práticas sociais a partir de um outro tipo de mediação engendrada por lógicas dos processos midiáticos. Apontam pistas de uma problemática distinta das teorias que até então afirmavam que os meios deveriam estar subsumidos às práticas sociais diversas, aparecendo assim mais como uma questão de “cultura” (MARTÍN-BARBERO, 1987).

O interesse pelas mutações causadas pela intensidade das ações dos processos midiáticos remonta aos anos 1980, quando se observava de modo mais sistemático a “adaptação das instituições das democracias industriais às mídias, tornando-se estas últimas as intermediárias incontornáveis da gestão do social” (VERÓN, 2004, p. 278). Uma longa pesquisa sobre a cobertura midiática francesa em 1979 a respeito da explosão em usina nuclear parece-nos convergir com a afirmação acima e também destacar um marco seminal sobre os estudos sobre midiaticização. Descreve as estratégias da cobertura de jornais, revistas e televisão daquele país, chamando a atenção para as operações discursivas através das quais a noção de atualidade deriva de um determinado trabalho de “fabricação” realizada pelos meios (VERÓN, 1981). A matriz orientadora deste trajeto de investigação, formulada já nos anos 1970, sustenta

a hipótese segundo a qual a produção de sentido se faz no interior de uma atividade assimétrica entre produtores e receptores de discursos. A isso se chamou de “desajuste” pelo fato dos discursos, tanto em produção como em recepção, se estruturarem em torno de gramáticas e lógicas distintas. A este fator se atribuiria a impossibilidade da produção de sentido se engendrar em torno da noção de equilíbrio (VERÓN, 1978). A noção de mediação aparece assim, pela primeira vez há 30 anos, na Argentina em seminário sobre as transformações dos ambientes dos telejornais causadas por modalidades de interação entre “*setting* televisivo” e o público dos noticiários (VERÓN, 1986). Novas formas de contato entre âmbitos resultam da interiorização do espaço dos noticiários televisivos e, particularmente, do reconhecimento da existência de novos coletivos que já não tinham mais uma relação espectral com a TV, deixando de considerá-la como uma “janela do mundo”. Destaca-se neste processo interacional a saída de cena de apresentadores-ventríloquos e a emergência de apresentadores investidos de uma “função expressiva cada vez mais importante” (VERÓN, 2009, p. 240). Estabelece-se um novo vínculo entre estas duas instâncias graças à *performance* do corpo do apresentador (VERÓN, 1983). Dela resulta, além do contato, a confiança como base para um outro tipo de contrato de leitura, que se fundaria a partir de comentário de um próprio apresentador de telejornal: “Os telespectadores creem em nós porque expressamos nossas dúvidas” (VERÓN, 2009, p. 240).

Ao operar em práticas sociais diversas segundo mecanismos distintos em termos de caráter não linear e não determinístico, a mediação produz em cada uma delas efeitos diferentes, e que são distintos aqueles que se manifestavam no contexto da “sociedade dos meios”, reenviando-nos “à complexidade crescente da discursividade na sociedade pós-industrial” (VERÓN, 1989, p. 43). Isso acontece nas condições de mediação dos discursos

tos sociais, onde, “longe de provocar, como se pretendeu, uma simplificação ou uma ‘unidimensionalização’ dos discursos, a midiaticização das sociedades democráticas torna as estratégias discursivas cada vez mais complexas [...]” (VERÓN, 1987, p. 24 e 25). No caso do discurso informativo, observa-se o deslocamento da importância atribuída aos enunciados pela ênfase que passa a ser atribuída à enunciação. A valorização do “modo de dizer” tira de cena o “discurso verdadeiro”, segundo a apresentação de cenários de operações discursivas nos quais a verdade apenas estaria sendo disputada entre as enunciações em circulação. Um dos efeitos deste deslocamento que corresponde à transferência para a recepção da valorização do enunciado é que “[...] transfere-se para esta parte das tarefas atribuídas ao enunciador: a interpretação” (VERÓN, 1987, p. 25). A enunciação do discurso político é um exemplo desta valorização da materialidade discursiva, pois

a TV generalizou a construção, na ordem simbólica, do que podemos chamar de ‘corpo significante’. Como resultado desta evolução, a enunciação política passa agora pela elaboração do corpo político. O corpo político não é o corpo significante de um cidadão qualquer; interpela a imagem corporal do telespectador, ativa nestes modos de leitura da gestualidade cotidiana, mas se encontra em ligeira defasagem a respeito da dita gestualidade (VERÓN, 1987, p. 25).

A noção de midiaticização visualizada na forma abaixo de diagrama aparece uma década após o primeiro anúncio da sua elaboração conceitual, onde se descrevem a ambiência, os componentes, suas dinâmicas, chamando-se a atenção para as afetações provocadas pelas relações entre mídias, instituições e atores sociais. A descrição destas relações permite que se distingam dinâmicas constituídas por *feedbacks* complexos, diferentemente

dos fluxos previstos pelas teorias da “ação social organizada”. As duplas flechas apontam uma intensa atividade de intercâmbio não linear entre estes níveis. Esse aspecto lembra que a complexidade da midiatização faz com que não exista nenhum setor da vida cotidiana que não tenha sido afetado por estas muitas relações por ele descritas (VERÓN, 1997).

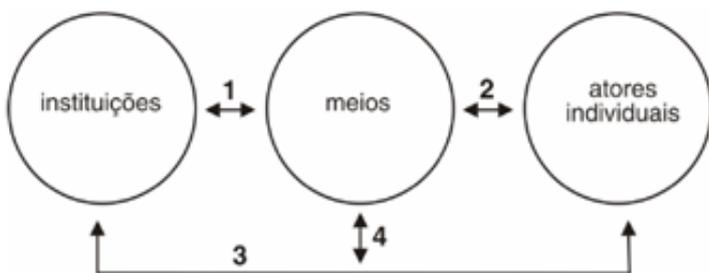


Gráfico 1 – Modelo de midiatização
Fonte: Eliseo Verón (1997, p. 15).

O diagrama destaca ainda a especificidade de um trabalho de natureza transversal por parte das lógicas e “gramáticas midiáticas” e também pela circulação (ROSA, 2017), mediante operações de acoplamentos do trabalho significativo realizado no âmbito das instituições, meios e atores sociais. Nestas condições os

meios são fatores cada vez mais importantes na determinação das características da mudança. Não por si sós, e sim na medida em que se inserem de maneiras específicas nas múltiplas dinâmicas do funcionamento social. Os meios estão se mesclando com todos os aspectos significativos do funcionamento social. Temos que compreender como vão se estruturando historicamente as relações entre os meios e as instituições sociais e os atores individuais. Em cada um

destes três níveis há múltiplas estratégias que, de uma maneira mais ou menos confusa, têm em conta as estratégias presentes nos três níveis. As estratégias às vezes são convergentes e às vezes divergentes. Este sistema de relações entre meios, instituições e atores é complexo porque não comporta relações causais (VERÓN, 1998, p. 3).

O diagrama funcionou como uma matriz para a investigação sobre o funcionamento da midiatização em práticas sociais diversas, envolvendo a articulação entre ofertas do “mercado discursivo” e as estratégias de leituras realizadas pelos atores sociais, em diferentes contextos: a relação de jovens escolares com bibliotecas (VERÓN, 1999); a apropriação de telemissões científicas por parte de espectadores (VERÓN, 1986); os processos de leitura/apropriação de exposição por parte de visitantes de museus (VERÓN, 1989); as transformações do uso do metrô por parte dos usuários (VERÓN, 1986); a midiatização da AIDS a partir de análises da cobertura de mídias e campanhas junto a populações de risco no contexto francês (VERÓN, 1988). Mostra-se que lógicas de coberturas jornalísticas e de campanhas institucionais valorizam a construção discursiva, através de operadores de noticiabilidade (como a noção de “atualidade”), e, no caso das campanhas, as ênfases sobre aspectos especificamente publicitários. Já ali a pesquisa concluía sobre os efeitos da midiatização ao observar que as coberturas/estratégias de comunicação deveriam reconstruir a AIDS segundo uma doença da atualidade que interpelaria cada pessoa individualmente, o que significaria ultrapassar o status da AIDS, considerado por um grande número de pessoas apenas como simples fato da atualidade jornalística. Mas para se abandonar o ângulo da AIDS da atualidade se faria necessário

produzir uma ruptura junto ao receptor desta noção, e que a mesma deveria ser feita fora das formas (spots) publicitárias institucionais. Se mantido este ângulo, este tipo de subversão pode ser interpretado como prova de competência publicitária do enunciador. [...] O spot 'subversivo' arrisca se tornar então um golpe mediático, que ativará fortemente a relação positiva da 'atualidade' (um golpe publicitário é por definição um fato da atualidade). O gênero publicitário tem o poder de subverter sua própria subversão (CAUSA RERUM, 1988, p. 74 e 77).

Resultados das diferentes estratégias investigadas apontam que, no lugar da confirmação das lógicas e expectativas das influências das operações previstas pelas instâncias midiáticas ou não, manifestam-se complexas interpenetrações entre operações de produção de sentidos de universos institucionais e daqueles dos atores sociais, sem, contudo, convergirem. O desafio da tarefa para se estudar estas interpenetrações impõe ao pesquisador uma restrição: um acesso apenas fragmentário às discursividades como possibilidade de se descrever o que se passa na interface produção/reconhecimento, em termos de sentidos produzidos pelas operações dos sistemas institucionais (midiáticos) e as dos atores sociais.

Estas questões colocam o pesquisador diante do estudo da oferta/apropriação de discursos na perspectiva de uma articulação entre produtores e receptores, de caráter assimétrico, uma vez que a discursividade que se produz entre eles se faz segundo gramáticas e lógicas diferentes. Ali, desponta a circulação (FERREIRA, 2013; 2016; 2017) constituída pela relação destes polos, cujo trabalho de materialização de sentidos se enuncia também nas interpenetrações destes dois polos. Isso significa dizer que "entre a produção do sentido e seu reconhecimento [...] não há causalidade linear" (VERÓN, 2004, p. 82 e 83).

Tanto a dinâmica de interpenetração daqueles polos como a da circulação podem ser examinadas através de processos de investigação nos quais o observador examina acoplamentos. Mas efeitos deles não podem ser reconhecidos *a priori*, pois dependem das manifestações dos complexos *feedbacks*. Sabe-se, porém, que os efeitos destas articulações resultam na complexificação dos processos de mediação. Para alguns, os indicadores sobre estas manifestações estariam apontando para o fim da mediação (SCHULZ, 2017).

Os efeitos da digitalização sobre processos de produção, distribuição, recepção e uso dos meios. A internet trouxe espaço de comunicação universal, acessível a todos, não só a profissionais, como jornalistas, mas também a leigos e sobretudo políticos e organizações que no passado dependiam dos meios de comunicação de massa se quisessem ser reconhecidos pelos públicos [...]. Os jornalistas vêm perdendo seu monopólio [...] agora é bastante fácil ignorar a filtragem e o *gatekeeping* dos meios [...] e, assim, evadir-se das potências da mídia. Este processo de profissionalização da comunicação pública tem consequências de longo alcance para os sistemas de comunicação política [...]. Os processos de comunicação e de influências baseados nos meios têm sido cada vez mais complementares e até substituídos por comunicações de fontes não midiáticas [...]. Os políticos podem ignorar a mídia e ir ao público por conta própria (SCHULZ, 2017, p. 2 e 3).

Diferentemente do que preconiza o autor, estes indicadores não estariam apontando o funcionamento da mediação na perspectiva dos ângulos que propõe este artigo? Nestes termos, Eco, ao descrever os efeitos da mi-

diatização sobre o destino da democracia representativa, chama a atenção para técnicas de estratégias comunicacionais postas em funcionamento por governantes, através da criação de *sites* e outros tipos de contatos equidistantes de porta-vozes mediando relações entre instituições sociais, o âmbito midiático e a sociedade. São dispositivos que permitem que presidentes, primeiros-ministros entrem em contato direto com as pessoas, sem a mediação de jornalistas enquanto mediadores vinculados ao sistema midiático (FAUSTO NETO et al., 2012). Sem dúvida que tais mecanismos estariam apontando o deslocamento e mesmo o enfraquecimento da mediação dos jornalistas, mas estariam igualmente indicando a emergência de novos circuitos de midiatização que afetariam as interações entre instituições políticas e as sociedades.

Para entender estes novos cenários e os sentidos de suas transformações, o caminho não estaria simplesmente em constatar a heterogeneidade que caracteriza a dinâmica de interação entre estes sistemas midiáticos e sistemas dos atores sociais. É preciso ir além, descrevendo as relações entre eles, buscando-se indicativos que permitam conhecer algo mais do que propõem algumas abordagens da “sociologia de comunicação” voltadas para os efeitos destas estratégias, da perspectiva e de lógicas apenas das instituições.

Os escritos sobre a midiatização nestes 30 anos fazem um imenso trajeto segundo geografia triangular – “Europa, França e Bahia” –, mas não são referidos por trajetos mais jovens em termos da produção investigativa sobre a midiatização, em contextos nos quais as “patas” do funcionalismo anunciam sua presença. Talvez por desinformação ou limitações linguísticas, temporalidades e contextos latino-americanos nos quais se estuda, ao longo de quatro décadas, a midiatização são praticamente ignorados. Entre duas temporalidades – anos 1980 e os primeiros anos deste século – em contexto geoacadêmico

anglo-saxão a midiatização se apresenta sob roupagens e problemáticas distintas. Lança-se mão de modelos analíticos buscando-se, de um lado, a crença nas “variáveis” enquanto condão explicativo sobre a midiatização e suas relações com as instituições sociais. De outro, surgem caminhos metodológicos que, equidistantes das “epistemologias binárias”, buscam dar conta de objetos que emergem na pulsão do “ir adiante” processual da midiatização. Nestas dinâmicas, além dos meios se constituírem como operadores e interpretantes de um cenário onde aparecem novas condições de gestão da vida social, os receptores aparecem na condição de “novos coletivos definidos como exteriores à instituição televisiva {por exemplo} e atribuídos ao mundo individual não mediatizado, do destinatário” (VERÓN, 2009, p. 239). Neste contexto, a internet é fundamental na formação destes coletivos, na medida em que torna possíveis e visíveis marcas dos seus discursos sem, necessariamente, a mediação de outros fatores que não sejam fragmentos de discursividades (em grande extensão anônimas), que vão se transformando em elos de novas formas de individualidades.

Em vez de prognosticar o fim da midiatização, novas formas comunicacionais devem ser examinadas com mais profundidade, visto que cada vez mais os acontecimentos e outros discursos de várias naturezas se mesclam e circulam nas plataformas da midiatização. Seus entrelaçamentos têm a potencialidade de produzir outros efeitos e representam a importância que tomam os discursos como condição de produção de outros que emergem (FAUSTO NETO et al., 2017). Em vez de homogeneizar enunciações, os entrelaçamentos produzirão crescentemente modalidades enunciativas, mantendo em aberto as condições de produção de sentidos. Assim, em vez de se prognosticar o fim da midiatização, e para que se possam compreender seus próprios horizontes, para além do estágio atual,

é necessário abarcar o conjunto dos processos da midiatização, velhas e novas tecnologias: do lado da oferta, estamos assistindo a uma integração tecnológica sem precedentes [...]. Mas há que se entender que esta convergência tecnológica não implica uma homogeneização, e sim o contrário: produzirá uma diversidade crescente de modalidades de uso. Convergência crescente em produção, divergência crescente em recepção: a distinção entre produção e reconhecimento é hoje mais necessária do que nunca [...] (VERÓN, 2009, p. 245).

A midiatização segue outras temporalidades no contexto latino-americano através das operações que envolvem articulações de velhos e novos meios, seja ainda por suas afetações sobre o funcionamento social, convertendo-os assim em objeto de investigações. Também vai adiante pelo trabalho de pesquisadores em torno da cooperação e pelo intercâmbio de várias atividades nacionais e internacionais, nos níveis de redes, instituições, etc., projetos de pesquisa, produtos editoriais, formação de pesquisadores no âmbito da pós-graduação, linhas de pesquisa, eventos, etc.²

Destacamos, particularmente, a ação do Centro Internacional de Semiótica e Comunicação – CISECO (www.ciseco.org.br), em Japaratinga/AL, do qual Eliseo Verón foi fundador e Presidente de Honra. O CISECO promove anualmente o seu encontro temático – que vai para sua 9ª versão em 2018 – com duração de cinco dias, nomeado como Pentálogo, debatendo pesquisas relatadas por

2 De modo resumido, destacamos as Redes Prosul e do “Procad de Comunicação”; o Centro de Investigaciones en Mediatizaciones – CIM, em Rosário (Argentina); a Linha de Pesquisa “Midiatização e Processos Sociais”, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UNISINOS (São Leopoldo/Brasil); sua revista *Questões Transversais*; a realização do encontro internacional, na sua segunda versão, sobre “Midiatização e Processos Sociais”.

expositores internacionais e nacionais. Realiza também o Colóquio Semiótica das Mídias, no qual são apresentadas investigações em curso por pesquisadores, professores e estudantes de pós-graduação e graduação³. Uma das justificativas deste coletivo de pesquisa repousa na ideia de que o CISECO se coloca como espaço de estudos reunindo pesquisadores interessados no desenvolvimento e aplicação científica da Semiótica e das Ciências da Comunicação. Ao mesmo tempo, promove atividades que desenvolvam e divulguem o conhecimento semiótico e comunicacional no contexto da América Latina em diálogo com outras disciplinas que lançam seus olhares, de modo interdisciplinar, sobre a midiaticização.

4. Conclusão: reconhecimento?

Revedo papéis e arquivos, deparamo-nos com o fato de que trajetórias de algumas problemáticas aqui aludidas se cruzam, embora não tenham gerado discussões públicas em torno de possíveis convergências nas suas angulações. São questões que emanam do próprio processo circulatório das obras de pesquisadores, suscitando o debate mais do que o anúncio de questões, visando avanços na formulação dos conceitos mestres que orientam suas trajetórias de pesquisas. Há um amplo material da pesquisa latino-americana que reúne marcas sobre cruzamentos dos conceitos que nortearam o seu desenvolvimento, e

3 Os trabalhos do Pentálogo são editados em livros, já tendo sido publicados os seguintes temas: “Transformações da midiaticização presidencial: corpos, relatos, negociações, resistências” – Difusão Editora (2012); “Pentálogo III – Internet: viagens no espaço e no tempo” – Cópias Santa Cruz Editora (2013); “A rua no século XXI: materialidade urbana e virtualidade cibernética” – Edufal (2014); “Dicotomia público/privado: estamos no caminho certo?” – Edufal (2015); “Vigiar a vigilância: uma questão de saberes” – Edufal (2016); e “A circulação discursiva, entre produção e reconhecimento” – Edufal (2017). As comunicações do Colóquio Semiótica das Mídias podem ser encontradas em <http://ciseco.org.br/anaisdocoloquio/>

algumas delas apontam para possíveis cruzamentos, convergências, divergências cujo exame pode ser útil para o avanço do estudo da comunicação midiática como um objeto de investigação, particularmente, os pontos de tensão entre os conceitos de mediação e de midiatização. Claro que diferenças com que os contextos acadêmicos tratam a história e o percurso destes conceitos têm a ver com os *ethos* de suas realidades geoadêmicas e as demandas do seu tecido social. Possivelmente, sociedades organizadas em torno de uma densa presença das instituições formulam junto à pesquisa acadêmica engajamentos e também respostas sobre questões que envolvem suas dinâmicas, como se pode ver, por exemplo, na tradição da pesquisa comunicacional anglo-saxônica. Diferente desta característica é o percurso realizado pela pesquisa comunicacional na América Latina, cujo processo histórico mostra sua condição, por longo tempo, de um lugar receptor de modelos e de produtos editoriais enquanto instância de construção de agendas e de prática social, como foi o caso do funcionalismo. Entendemos que os conceitos de mediação e de midiatização nos moldes aqui elaborados representam respostas aos efeitos da “ação social organizada” nas diversas práticas de instituições brasileiras, a partir de modelos analíticos que apontam graus de autonomia e de não repetição face às últimas novidades trazidas pela “mala postal”. É neste contexto que este artigo reflete sobre os caminhos destes dois conceitos que nos parecem ser as vigas centrais do edifício da pesquisa comunicacional no Brasil e cujo processo de solidificação se realiza na experimentação de observações, perguntas e sistematizações a partir do próprio contato com as práticas sociais. Sem dúvida que estes conceitos são apropriados por biografias das instituições e dos indivíduos que caminham pela pesquisa, contribuindo para a definição de estilos, identidades e proposições de coletivos institucionais distintos. Não se trata de submeter os conceitos às apostas

sobre disputas dos seus graus de densidade, viabilidade, consistência, etc., mas de situá-los a partir dos movimentos dos seus trajetos e considerando a singularidade e potencialidade dos mesmos para a descrição de processos. Há muito por ser feito, e o que se fez neste artigo são considerações que mostram deslocamentos e avanços de itinerários aprimorando mapas, cartografias e hipóteses de trabalho. Nestas condições, “a mediação tecnológica da comunicação deixa de ser meramente instrumental para se converter em estrutural: a tecnologia remete hoje não à novidade de alguns aparelhos, mas a novos modos de percepção de linguagem, a novas sensibilidades [...]” (MARTÍN-BARBERO, 2004a, p. 228 e 229).

Há uma sintomatologia que emana de processos observacionais indicando marcas de um cenário de comunicabilidade no qual os meios se apresentam como outro tipo de operador:

[...] as pessoas estão cada vez mais isoladas, mais sozinhas, também nos países latinos, e os meios começam a ter uma importância enorme em termos do que chamamos de ‘cultura a domicílio’. As pessoas já não tinham dinheiro para sair, mas a televisão lhes provê de tudo. [...] Eu já estava repensando estas questões, tinha que fazer uma mudança que não era ir das mediações aos meios, mas perceber que a comunicação se adensava diante da nova tecnicidade [...] (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 152 e 153).

Estas observações apontam para uma mutação mais complexa ao “reconhecer que a comunicação estava mediando todos os lados e as formas da vida cultural e social dos povos. Portanto, o olhar não se invertia no sentido de ir das mediações aos meios, senão da cultura à comunicação” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 153).

Martín-Barbero especifica novas angulações epistemológicas ao indicar também que “a noção de comunicação sai do paradigma da engenharia e se liga com as ‘interfaces’, com os ‘nós’ das interações, com a comunicação-interação, com a comunicação intermediada” (2009, p. 153). O trajeto das mediações às interfaces enseja as hibridizações de vários níveis que vão além da especificidade de cada meio, o que vai ensejar o surgimento de uma nova ecologia comunicacional. Ocorrem cruzamentos de trajetórias entre as noções de Gomes (2017) sobre a midiaticização – ao lembrar que agora vivemos também em um entorno “comunicativo”, com suas linguagens, escrituras e gramáticas – e as observações de Martín-Barbero: “a concepção de comunicação vai se tornando muito mais capaz, ‘epistemologicamente’, de dar conta do que ocorre, com as tecnologias de comunicação transformando-se de instrumento pontual em ecossistema cultural” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 159).

Ao mesmo tempo que a televisão é afastada de uma noção segundo a qual exerceria função substitutiva ou de complementaridade da política, chama-se a atenção para a importância que assume a transformação da cena midiática, de uma dimensão representacional para uma hora na qual “a mídia passa não a substituir, mas sim a constituir, a fazer parte da trama, tanto do discurso como da ação da política [...]” (MARTÍN-BARBERO, 2004a, p. 252).

Isso significa que a televisão não seria entendida por uma atividade de difusão de representações. Mais que isso, ela é geradora da própria política, uma vez que “nos meios se faz, e não só se diz sobre a política” (MARTÍN-BARBERO, 2004b, p. 31).

Neste aspecto, a formulação barberiana acentua, de um lado, a importância que têm os meios como atores deste ecossistema, por ele lembrado. E, de outro, enfatiza a dimensão construtivista do seu trabalho ressitando, de alguma forma, as configurações do conceito de mediação.

Os meios que ora eram subsumidos pela cultura aqui são reconhecidos pela força da especificidade de suas operações significantes. São formas de reconhecimento que emanam da própria reflexão que assim aponta a potência que podem representar a revisão de conceitos e a incorporação de outros a um determinado modelo investigativo.

As trajetórias de Eliseo Verón e de Jesús Martín-Barbero condensam e simbolizam ações, projetos, amígdalas e processos observacionais que se realizam a partir da densidade das suas biografias. Suas obras são compartilhadas em várias temporalidades e contextos, reunindo a história de iniciativas cujas ações e resultados estiveram sempre em sintonia com a importância da qualificação das condições de produção de conhecimento sobre os processos comunicacionais na América Latina. Das especificidades dos seus trajetos não se podem pedir pactos ou programas comuns, considerando as singularidades dos objetos e as especificidades dos modelos que orientaram suas investigações. Mas pode-se dizer que suas formulações se contatam nos cruzamentos dos processos em que circularam seus escritos. E destes cruzamentos se exteriorizam manifestações de reconhecimento, em termos analíticos, da importância que têm os aparelhos conceituais que manejam em seus projetos investigativos.

Em sua última obra (2013), Verón situa o entendimento que tem sobre o conceito de mediação:

Se toda comunicação é mediada no sentido de que implica necessariamente uma materialização mediante forma sonora, visual, ou do tipo que for, está claro que não há comunicação sem mediação. [...] Neste contexto {da mediação} devemos distinguir cuidadosamente entre 'mediação' e 'fenômeno midiático'. A mediação é um aspecto definatório da comunicação em geral e resulta de uma materialidade sensorial, inevitável do suporte. De outra forma, te-

mos um fenômeno midiático tão somente a partir do momento em que os signos possuem, em algum grau, as propriedades de autonomia tanto da fonte como do destino e a persistência no tempo. [...] Em síntese: a comunicação humana é necessariamente ‘mediada’ em todos os seus níveis, desde o micro até o macro, simplesmente porque o sentido somente pode circular materializado: desde este ponto de vista, a conversação cara a cara entre dois indivíduos é tão ‘mediada’ como a circulação planetária de uma partida de futebol. A diferença crucial é que na transmissão da partida de futebol a semiosis humana está mediatizada e na conversação humana não está (VERÓN, 2013, p. 144 a 147).

Há mais de uma década, Martín-Barbero observa a importância da materialidade significativa para se entender as complexidades por que passam as reconfigurações das mediações. E, num gesto de reconhecimento, atualiza referência a momento (1987), também já mencionado em “Dos meios às mediações”, no qual Verón lança as primeiras hipóteses sobre a mediatização, a partir de estudos sobre o papel do “corpo significativo” na construção de vínculos entre a televisão e os receptores:

[...] se a televisão exige da política negociar as formas de sua mediação, é porque este meio proporciona pela primeira vez o ‘eixo de mirada’ (Verón, 1987) desde o qual a política não só pode penetrar o espaço doméstico, como reintroduzir em seu discurso a corporeidade, a gestualidade e a teatralidade, isto é a materialidade significativa de que é feita [...] (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 32).

Trajetos destes conceitos se fazem no meio de histórias de “migração intelectual”, em anos próximos, atra-

vés de biografias que se visitam em contextos fronteiriços: filosóficos, socioantropológicos e semióticos. E nos reencontros que travaram, segundo os pinçamentos tácitos ao longo dos seus escritos, dizem que a boa teoria se faz no ir e vir das observações, das perguntas, mas também de reconhecimentos. Essas são trajetórias cujos processos seguiremos, pois ficam como legado para gerações futuras de pesquisadores, compartilhando processos e achados que continuarão a emergir destas obras tão caras para os estudos de comunicação.

Referências

- BELTRÁN, L. R. A influência dos Estados Unidos na comunicação de massa na América Latina. In: WERTHEIN, Jorge (org.). *Meios de Comunicação: realidade e mito*. São Paulo: Ed. Nacional, 1979. p. 170-230.
- BORDENAVE, J. *Aspectos políticos y implicaciones de la comunicación participatoria*. Quito: Ciespal, 1978.
- BOUTAUD, Jean-Jacques; VERÓN, Eliseo. *Sémiotique ouverte: itinéraires sémiotiques en communication*. Paris: Lavoisier, 2007.
- BRAGA, José Luiz. Lógicas da mídia, lógicas da midiatisação. In: FAUSTO NETO, Antonio; ANSELMINO, Natalia Raimondo; GINDIN, Irene Lis (org.). *CIM – Relatos de investigaciones sobre mediatisaciones*. Rosario: UNR Editora, 2015. p. 15-32.
- BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais. In: MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda (org.). *Mediação & midiatisação*. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2012. p. 29-52.
- BRAGA, José Luiz. Circulação é aquilo que transforma linguagens. *Alceu*, v. 10, n. 20, p. 41-54, jan./jun. 2010.
- CARLÓN, Mario. *Después del fin: una perspectiva no antropocéntrica sobre la post-tv, el post-cine y youtube*. Buenos Aires: La Crujía, 2016.

- CAUSA RERUM. *Le Sida, une maladie d'actualite*. Paris: Causa Rerum, 1988.
- CINGOLANI, Gaston. ¿Qué se transforma cuando hay mediatización?. In: REVIGLIO, María Cecilia; ROVETTO, Florencia Laura (comp.). *Estado actual de las investigaciones sobre mediatizaciones*. Rosario: UNR Editora, 2014. p. 11-23.
- DORFMAN, Ariel; MATTELART, Armand. *Para ler o pato Donald*. Rio de Janeiro: Ed. Paz e Terra, 1977.
- FAUSTO NETO, Antônio; PRASS, Marco Aurélio; THIESEN, Victor Dias. Lava Jato: fragmentos em circulação do “interrogatório-acontecimento”. In: *Anais do VI Colóquio Semiótica das Mídias*, v. 6, n. 1. Japaratina: UFAL, 2017. Disponível em: <http://ciseco.org.br/anaisdocoloquio/images/csm6/CSM6_Antonio-Fausto_Neto.pdf>. Acesso em: 18 dez. 2017.
- FAUSTO NETO, Antônio. Pisando no solo da mediatização. In: SÂÁGUA, João; CÁDIMA, F. Rui. *Comunicação e linguagem: novas convergências – Livro de homenagem ao Prof. Adriano Duarte Rodrigues*. Lisboa: Universidade Nova de Lisboa, 2015. p. 235-254.
- FAUSTO NETO, Antônio. Como as linguagens afetam e são afetadas na circulação? In: BRAGA, José Luiz et al. (org.). *Dez perguntas para a produção de conhecimento em comunicação*. São Leopoldo/RS: Ed. Unisinos, 2013. p. 43-64.
- FAUSTO NETO, Antônio; MOUCHON, Jean; VERÓN, Eliseo (org.). *Transformações da midiatização presidencial: corpos, relatos, negociações, resistências*. São Caetano do Sul/SP: Difusão, 2012.
- FAUSTO NETO, Antônio; VALDETTARO, Sandra (dir.). *Mediatización, sociedad y sentido: Diálogos entre Brasil y Argentina*. Rosario: Universidad Nacional de Rosario, 2010.
- FAUSTO NETO, Antônio; FERREIRA, Jairo; BRAGA, José Luiz; GOMES, Pedro Gilberto (org.). *Midiatização*

- e processos sociais: aspectos metodológicos*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2010.
- FAUSTO NETO, Antônio. *La littérature populaire en vers comme stratégie discursive des politiques institutionnelles au Nord-Est du Brésil*. Paris: EHESS, 1982.
- FERNÁNDEZ, Mariano. Sobre la mediatización: revisión conceptual y propuesta analítica. *La Trama de la Comunicación*, v. 18, p. 189-209, jan./dez. 2014. Disponível em: <<http://www.latrama.fcpolit.unr.edu.ar/index.php/trama/article/view/475>>.
- FERREIRA, Jairo. Circulação e novas inteligibilidades: a Oikos como fonte de transformação das relações sociais (paper). Ciseco, Pentálogo VIII, 2017.
- FERREIRA, Jairo. As metamorfoses da circulação: dos fluxos às questões de reconhecimento (paper). Ciseco, Pentálogo VII, 2016.
- FERREIRA, Jairo. Adaptação, disrupção e regulação em dispositivos midiáticos. *Matrizes*, São Paulo: USP (impresso), v. 10, p. 135-153, 2016.
- FERREIRA, Jairo. Como a circulação direciona os dispositivos, indivíduos e instituições?. In: BRAGA, José Luiz; FERREIRA, Jairo; FAUSTO NETO, Antônio; GOMES, Pedro Gilberto (org.). *10 perguntas para a produção de conhecimento em comunicação*. São Leopoldo: Unisinos, 2013. p. 140-155.
- FREIRE, Paulo. *Extensão ou comunicação?*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1970.
- GAUTHIER G.; GOSSELIN A.; MOUCHON, J. *Comunicación y política*. Barcelona: Gedisa, 1998.
- GIDDENS, Anthony. *As consequências da modernidade*. São Paulo: Editora UNESP, 1991.
- GOMES, Pedro Gilberto. *Dos meios à midiatização: um conceito em evolução*. São Leopoldo: UNISINOS, 2017.
- HAVENS, Eugene. Methodological issues in the study of development. Paper presented at the Third World

- Congress of Rural Sociology, Baton Rouge, Louisiana, 1972.
- JANOTTI JR., Jeder; MATTOS, Maria Ângela; JACKS, Nilda (org.). *Mediação & Mdiatização*. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2012.
- KATZ, Elihu; BLUMLER, Jay; GUREVITCH, Michael (ed.). *The uses and gratifications approach to mass communication*. Beverly Hills: Sage Publications, 1974.
- KATZ, Elihu; LAZARFELD, Paul. *Personal influence: the part played by people in the flow of mass communications*. New York: The Free Press, 1955.
- KLAPPER, Joseph. *The effects of mass communication*. New York: The Free Press, 1960.
- LASSWELL, Harold. The structure and function of communication in society. In: SCHRAMM, W. (ed.). *Mass Communications*. Urbana/IL: University of Illinois Press, 1960. p. 117-129.
- LAZARFELD, Paul; MERTON, Robert. Comunicación de masas, gustos populares y acción social organizada. In: MORAGAS, M. *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Gilli, 1985. p. 22-49.
- LAZARFELD, Paul et al. *The people's choice: how the voter makes up his mind in a presidential campaign*. New York: Columbia University Press, 1948.
- LERNER, Daniel. *The passing of traditional society: modernizing the Middle East*. Glencoe: Free Press, 1958.
- LUHMANN, Niklas. *A realidade dos meios de comunicação*. São Paulo: Paulus, 2005.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2015.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. Uma aventura epistemológica – entrevista realizada por Maria Immacolata Vassallo de Lopes. *Matrizes*, ano 2, n. 2, p. 143-162, 2009.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Ofício de cartógrafo – Travesias latino-americanas da comunicação na cultura*.

- Tradução: Fidelina Gonzáles. São Paulo: Loyola, 2004a. (Coleção Comunicação Contemporânea, 3).
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Razón técnica y razón política: espacios/tiempos no pensados*. Lección inaugural en la apertura del segundo semestre de 2003 en la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de Bogotá (Colombia). Lima: Alaic, 2004b.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gilli, 1987.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Comunicación masiva: discurso y poder*. Quito: Ciespal, 1978.
- MARTÍN-SERRANO, Jesús. *La mediación social*. Madrid: Akal, 1977.
- MATTELART, A.; CASTILLO, C.; CASTILLO, L. *La ideología de la dominación en una sociedad dependiente*. Buenos Aires: Signos, 1970.
- MIÈGE, Bernard. *A sociedade tecida pela comunicação*. São Paulo: Paulus, 2009.
- PASQUALI, Antônio. *Sociologia e comunicação*. Petrópolis: Vozes, 1973.
- PYE, Lucien. *Comunicações e desenvolvimento político*. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.
- RODRIGUES, Adriano. *Experiência, modernidade e campo dos media*. Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação, Portugal, 1999. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/rodrigues-adriano-expcampmedia.pdf>>. Acesso em: 13 dez. 2017.
- ROGERS, Everett. *Dissemination of innovation*. New York: Free Press, 1995.
- ROSA, Ana Paula da. O êxito da gula: a indestrutibilidade da imagem totem no caso Aylan Kurdi. In: XXV ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 7 a 10 de junho de 2016, 27 p. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/biblioteca/>>

- exitodagula-comautoria_3288.pdf>. Acesso em: 19 mar. 2018.
- ROSA, Ana Paula da. Circulação: das múltiplas perspectivas de valor à valorização do visível. In: *Anais do VI Colóquio Semiótica das Mídias*, v. 6, n. 1. Japaratinga: UFAL, 2017. Disponível em: <http://ciseco.org.br/anaisdocoloquio/images/csm6/CSM6_AnaPaulaRosa.pdf>. Acesso em: 18 dez. 2017.
- SCHRRAM, Wilbur; ROBERTS, Donald (ed.). *The process and effects of mass communications*. Urbana: University of Illinois Press, 1959.
- SCHULZ, Winfried. The end of mediatization. Presentation to the international symposium “Political Communication at a Crossroads: An International Encyclopedia”, Milan, March 17, 2017.
- TRAVERSA, Oscar. *Inflexiones del discurso: cambios y rupturas en las trayectorias del sentido*. Buenos Aires: Santiago Arcos, 2014.
- VALDETTARO, Sandra. *Epistemología de la comunicación: una introducción crítica*. Rosario: UNR Editora, 2015.
- VERÓN, Eliseo. Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. *Matrizes*, São Paulo: ECA/USP, v. 8, n. 8, p. 13-19, jan./jun. 2014.
- VERÓN, Eliseo. *La Semiosis Social 2: Ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós, 2013.
- VERÓN, Eliseo. El fin de la historia de un mueble. In: CARLÓN, Mario; SCOLARI, Carlos. *El fin de los medios masivos: el comienzo del debate*. Buenos Aires: La Crujia, 2009. p. 229-247.
- VERÓN, Eliseo. Do contrato de leitura às mutações na comunicação. In: MELO, José Marques de; GOBBI, Maria Cristina; HEBERLÊ, Antônio Luiz (org.). *A diáspora comunicacional que se fez Escola Latino-Americana: as idéias de Eliseo Verón*. São Bernar-

- do do Campo/SP: Universidade Metodista de São Paulo, 2008. p. 147-152.
- VERÓN, Eliseo. Regreso al futuro de la comunicación. *Cuadernos de Comunicación*, Rosario, Argentina, n. 3, p. 35-42, 2007.
- VERÓN, Eliseo. *Fragmentos de um tecido*. São Leopoldo/RS: Ed. Unisinos, 2004.
- VERÓN, Eliseo. O último debate: meditação sobre os três desencontros. In: FAUSTO NETO, Antônio; VERÓN, Eliseo (org.). *Lula presidente: televisão e política na campanha eleitoral*. São Paulo: Hacker, São Leopoldo/RS: Unisinos, 2003. p. 159-174.
- VERÓN, Eliseo. *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Norma, 2001.
- VERÓN, Eliseo. Conversación sobre el futuro. In: VERÓN, Eliseo. *Espacios mentales: efectos de agenda 2*. Barcelona: Gedisa, 2001.
- VERÓN, Eliseo. *Esto no es un libro*. Barcelona: Gedisa, 1999.
- VERÓN, Eliseo. Mediatización de lo político: estrategias, actores y construcción de los colectivos. In: MOUCHON, Jean; GOSSELIN, André; GAUTHIER, Gilles (org.). *Comunicación y política*. Barcelona: Gedisa, 1998. p. 220-236.
- VERÓN, Eliseo. Semioses de la mediatización. Conferência Internacional Mídia e Percepção Social. Rio de Janeiro, maio de 1998.
- VERÓN, Eliseo. Esquema para el análisis de la mediatización. *Diálogos*, Buenos Aires, n. 48, p. 9-16, 1997.
- VERÓN, Eliseo. *Semiosis de lo ideológico y del poder: La mediatización*. Buenos Aires: UBA, 1995.
- VERÓN, Eliseo. *Conducta, estructura y comunicación: escritos teóricos 1959-1973*. Buenos Aires: Amorrortu, 1995.
- VERÓN, Eliseo. Interfaces: sobre la democracia audiovisual evolucionada. In: *El nuevo espacio público*. Barcelona: Gedisa, 1992. p. 124-139.

- VERÓN, Eliseo; LEVASSEUR, Martine. *Ethnographie de l'exposition: l'espace, le corps et le sens*. Paris: Centre Georges Pompidou, 1989.
- VERÓN, Eliseo. *Le SIDA, une maladie d'actualité*. Relatório de Pesquisa. Paris: Causa Rerum, 1988.
- VERÓN, Eliseo. La palabra adversativa. In: *Discursos políticos, lenguajes y acontecimiento*. Buenos Aires: Hachette, 1987. p. 13-26.
- VERÓN, Eliseo. *La semiosis social: Fragments d'une théorie de la discursivité*. Saint Denis: PUV, 1987.
- VERÓN, Eliseo. *Le métro empire des signes: stratégies pour le cable*. Paris: Causa Rerum, 1986.
- VERÓN, Eliseo. *Les spectacles scientifiques télévisés: Figure de la production et de la réception*. Paris: La Documentation Française, 1985.
- VERÓN, Eliseo. Il est là, je le vois, il me parle. *Communication*, Paris, n. 38, p. 521-539, 1983.
- VERÓN, Eliseo. *Construire l'événement – les medias et l'accident de Three Miles Iland*. Paris: Minuit, 1981.
- VERÓN, Eliseo. Sémiotique de l'idéologie et du pouvoir. *Communications*, Paris: Seuil, n. 28, p. 7-20, 1978.
- VERÓN, Eliseo. Acerca de la producción social del conocimiento: el "estructuralismo" y la semiología en Argentina y Chile. *Lenguajes*, Buenos Aires: Nueva Visión, v. 1, n. 1, p. 96-125, 1974.
- VERÓN, Eliseo et al. *Lenguaje y comunicación social*. Buenos Aires: Nueva Visión, 1971.

SEGUNDA PARTE
SEMIOSE E MIDIATIZAÇÃO

Mario Carlón
Lucrecia Ferrara
Ana Paula da Rosa

Bajo el signo del presentismo: mediatización, cultura y sociedad contemporánea

Under the sign of presentism: Mediatization, culture and contemporary society

Mario Carlón

Abstract: Este artículo destaca la necesidad de introducir en la teoría de las mediatizaciones el concepto contemporáneo, que da cuenta de las transformaciones de las prácticas sociales y culturales que caracterizan a una era en la que las relaciones entre el presente, el pasado y el futuro propias de la modernidad han entrado en crisis. En la era contemporánea el presente ha emergido con fuerza y la mediatización se ha articulado con esta transformación de la experiencia social generándose múltiples cambios. Uno de ellos es un nuevo tipo de producción de contenidos mediáticos, asentados en la actualidad de las experiencias colectivas e individuales. Otro son nuevas formas de circulación del sentido, hipermediáticas, que ascienden de

las redes sociales a los medios masivos y descienden de los medios masivos a las redes sociales con nuevas lógicas y dinamismo. Estas formas de circulación del sentido ya afectan los vínculos no mediatizados y se encuentran en el entretejido de la vida social.

Palabras clave: Mediatización contemporánea. Cultura. Sociedad. Presentismo.

Abstract: This article highlights the need to introduce the contemporary concept into mediatization theory, which accounts for the transformations of social and cultural practices that characterize an era in which the relations between the present, the past and the future of Modernity have entered into a crisis. In the contemporary era, the present has emerged with strength and mediatization has been articulated with this transformation of social experience, generating multiple changes. One of them is a new type of media content production, based on the actuality of the collective and individual experiences. Another one is constituted by new, hypermediatic forms of circulation of meaning that ascend from social networks to the mass media and descend from the mass media to social networks with a new logic and dynamism. These forms of circulation of meaning already affect the non-mediatized relationships and are in the fabric of social life.

Keywords: Contemporary mediatization. Culture. Society. Presentism.

1. Introducción

Este artículo se propone destacar la necesidad de introducir en la teoría de las mediatizaciones el concepto contemporáneo. Este gesto implica que ha llegado la hora de abordar definitivamente la problemática de las periodizaciones. Es una consecuencia inevitable de la ambición de nuestro campo de realizar un aporte amplio para la

comprensión de la época en que vivimos dado que, si pretendemos ser efectivos en esa tarea, necesitamos dialogar a partir de las nociones con que nuestra época se auto-define y utiliza. Pero ese no es el único motivo: también necesitamos introducir el concepto contemporáneo para identificar las diferencias que se presentan entre nuestra época y las anteriores.

No puede decirse que la problemática de las periodizaciones haya estado ausente, hasta ahora, en las teorías de las mediatizaciones. Desde su fundación a través de la obra de Eliseo Verón (2001 [1984]), la teoría latinoamericana ha mostrado interés por distinguir su época de las precedentes. Y lo mismo parece haber acontecido, hasta donde sabemos, con importantes representantes de la teoría nórdica, que distinguen una era premoderna, una moderna y la alta modernidad (HJARVARD, (2014 [2013])). Pero tal vez lo que se ha realizado en esta dirección sea insuficiente. Porque parece encontrarse en suspenso la definición del momento actual. Sin embargo, una delimitación del momento en que vivimos puede ser un paso adelante dado que, por un lado, ayudará a ordenar cómo las teorías cuentan la historia de las mediatizaciones y, a la vez, su propia historia. Y, por otro, porque ayudará a otros a comprender mejor el momento en que vivimos, en un contexto en el que la atención al rol de los medios en la vida social se ha vuelto insoslayable.

2. Las teorías de las mediatizaciones son posmodernas¹

Un aspecto que a cualquiera al que le interese este tema no puede dejar de llamar la atención es que tanto

1 O de la alta modernidad, o de la modernidad tardía. En el nivel en que nos ubicamos no son demasiado significativas las distintas denominaciones. Lo que interesa es que surgieron a fines del siglo XX, aparentemente en la década del ochenta, cuando había un solo sistema de mediatización.

la teoría latinoamericana de las mediatizaciones como la nórdica parecen haber surgido en la misma época. Eliseo Verón (2001 [1984]) publica sus primeros trabajos sobre mediatizaciones a principios de la década del ochenta². Y lo mismo parece haber sucedido, hasta donde sabemos, con la teoría nórdica: según Stig Hjarvard (2014 [2013], p. 23), el sueco Kent Asp fue el primero en utilizar el término mediatización aplicado al campo de la política en 1986. Esta observación no parece poder ser fácilmente objetada por alguna precisión que surja en los próximos años: dado que la posmodernidad tampoco tiene una fecha de inicio exacta, si tomamos algunos años antes o después como momento de origen de estas dos grandes teorías y campos de investigación, nada se modifica sustancialmente.

Reflexionar por qué ambos campos teóricos y de investigación nacen hacia la misma época es muy interesante. Siguiendo las respuestas brindadas no puede haber muchas dudas: porque es el *momento en el que cambia el rol de los medios masivos en la vida social*. Esto no quiere decir, por supuesto, que el debate en el que puso acento Eliseo Verón (2014) acerca del origen de la mediatización carezca de relevancia o deba ser abandonado³. Pero sí que es importante que ese debate no vuelva invisible para la reflexión que algo muy importante sucedió en el último tramo del siglo XX. Para Eliseo Verón se produce en este momento el pasaje de una sociedad *mediática*, en la que los medios operaban con una lógica representacional (actuaban como espejos de lo social, más o menos defor-

2 Esta afirmación puede estar sujeta a correcciones debido a que la obra de Verón es muy profusa, comienza antes y actualmente está llevándose a cabo la revisión de su archivo.

3 Al partir, en su último libro (VERÓN, 2013, 2014), de una definición que dice que los fenómenos mediáticos son exteriorizaciones de los procesos mentales de los *sapiens*, y que las primeras manifestaciones fueron herramientas de piedra realizadas hace dos millones y medio de años, Verón establece una perspectiva de *largo plazo* (muy largo) para narrar la historia de la mediatización, que se aleja de las habituales que fechan el origen de esta historia generalmente a principios del siglo XIX.

mantes) a una *mediatizada*, en la que “el funcionamiento de las instituciones, las prácticas, de los conflictos, de la cultura, comienza a estructurarse en relación directa con la existencia de los medios” (2001 [1984], p. 15). Esto se debe a que los medios se asumen productores de sentido, comienzan a autonomizarse y a jugar otro rol en la vida social. Y a que las demás instituciones sociales comprenden la nueva situación, lo cual las obliga a transformar su modo de vincularse con los medios. Semejante, en este nivel, es la lectura que realizan los estudios que detectan que éste es el momento histórico en el que las sociedades industriales se mediatizan. Según Hjarvard, los medios dejan de actuar como instituciones culturales orientadas por el interés público y comienzan a hacerlo como instituciones semi-independientes (en función de sus propios públicos) e integradas a otras instituciones⁴. Esta semi-independencia implicó un proceso de autonomización.

El hecho de que Verón haya reconocido en ese momento de su obra explícitamente que estaba utilizando un paradigma posmoderno y que, en cambio, representantes emblemáticos de dicho campo de investigación, como Stig Hjarvard, hayan tomado distancia de este rótulo, tampoco es razón suficiente para objetar nuestra afirmación de que las teorías de la mediatización surgen en la posmodernidad. La toma de distancia de la teoría posmoderna que realiza Hjarvard tiene nombre y apellido: Jean Baudrillard (2005 [1978])⁵. De lo que se aleja es de su teoría de los simulacros y de la hiperrealidad. Teoría que, no viene mal recordar, no era de ningún modo la referencia de Verón cuando asume cierta condición posmoderna. El carácter posmoderno que Verón asume se debe a que percibe la existencia de un cambio de paradigma epistemológico que le parece útil para las opera-

4 Al poner acento en esta semejanza no pretendemos obliterar las diferencias, que sin dudas son muchas, entre ambas perspectivas.

5 Baudrillard es una cara de la posmodernidad. Importante, sin dudas, pero sólo una de una época compleja.

ciones que intentaba instalar en el campo intelectual, no a la teoría sobre los medios de Baudrillard, que bastante explícitamente refutó por esos años en uno de sus textos clásicos (VERÓN, 1987a)⁶.

Pero actualmente hemos dejado atrás la posmodernidad e ingresado en otra era, contemporánea, que constituye todo un desafío para los estudios sobre mediaciones. Determinar qué perdura, qué continúa, y qué hay de nuevo son algunos de los desafíos que tendremos que enfrentar.

3. Presentismo y contemporaneidad

Nuestra tesis es que el concepto contemporáneo tiene valor epistémico y es fecundo para pensar el momento actual. Así hemos adoptado el concepto contemporáneo debido, principalmente, a cinco motivos: a) que las categorías moderno y posmoderno, con derivaciones como hipermoderno, están agotadas), b) que la denominación contemporáneo ya ha sido adoptada para denominar a nuestra época en campos de referencia ineludible para la cultura como el del Arte; c) que el campo del Arte es aquel en el cual este tipo de fenómenos culturales antes

6 En el segundo "Prefacio" a *Construir el acontecimiento. Los medios de comunicación masiva y el accidente en la central nuclear de Three Mile Island*, en el que luego de señalar que "lo que llamamos 'actualidad' es también el resultado de un proceso productivo, del mismo modo que la mesa en la que almorzamos y que el sillón en que nos instalamos para leer el diario" (VERÓN, 1987a [1981], III) dice: "Esto no quiere decir que la 'actualidad' sea una ilusión o (como dicen algunos, siguiendo una moda intelectual un poco más reciente) un 'simulacro'. Por el contrario: de lo que se trata es de la producción de la realidad social como experiencia colectiva. Un 'simulacro' es siempre un simulacro de alguna otra cosa: la noción de 'simulacro' conserva su poder sugestivo en la medida en que permanece asociada a una ideología de la re-presentación. Si a través de no sé qué malabarismos filosóficos ella pierde esta connotación, sólo resta un juego de palabras que es apenas un simulacro de teoría. La 'actualidad' no es un simulacro porque el discurso que la construye no representa nada: no hay, en ningún lado, un 'original'" (IV).

se manifiesta, d) que es una categoría que trabaja en el mismo nivel que moderno y posmoderno y, e) que es una categoría en incesante expansión⁷.

Al decir que trabaja en el mismo nivel que moderno y posmoderno nos referimos a que, entre otras cosas, implica una concepción sobre la vivencia social y cultural del tiempo. Si la modernidad quedó asociada al futuro (la utopía, la revolución, la historia como construcción teleológica) y la posmodernidad a una crisis de los relatos y de las concepciones lineales de la historia, que fue muchas veces reemplazada por la memoria y el pastiche revivalista que remitían al pasado, lo contemporáneo implica la emergencia de un nuevo régimen de historicidad: el *presentismo*. Según autores como François Hartog (2007 [2003]), este régimen aparece cuando el futuro “empezó a ceder terreno al presente, que tomaría cada vez más su lugar, hasta poco después parecer ocuparlo todo por completo. Daba inicio así a un tiempo en el que prevalecería el punto de vista del presente: justamente el del presentismo” (p. 135). Para Hartog, la noción régimen de historicidad intenta brindar una herramienta que “contribuya a aprehender mejor no el tiempo, ni todos los tiempos ni todo el tiempo sino, principalmente, *momentos de crisis del tiempo, aquí y allá, justo cuando las articulaciones entre el pasado, el presente y el futuro dejan de parecer obvias*” (p. 38).

El señalamiento de que el presente se ha vuelto importante no se ha realizado sólo para nuestra época; de hecho, Hartog observa que el crecimiento del presentismo es importante en los ochenta y este diagnóstico también fue formulado respecto al posmodernismo cuando se analizó su dimensión narcisista. Así, en el capítulo dedicado al narcisismo en su clásico sobre el posmodernismo, Gilles Lipovetsky (1994 [1983]) señala:

7 Estos temas fueron planteados en distintos trabajos, entre ellos en Car-lón, 2014 y 2016c.

Vivir el presente, sólo en el presente y no en función del pasado y el futuro, es “esa pérdida de sentido de la continuidad histórica”, esa erosión del sentimiento de pertenencia a una “sucesión de generaciones enraizadas en el pasado y que se prolonga en el futuro”, la que, según Chr. Lash, caracteriza y engendra la generación narcisista (p. 51).

Sin embargo, hay grandes diferencias entre las eras posmoderna y la contemporánea. Mientras el narcisismo posmoderno se expresaba en el cuidado de uno mismo, la realización personal y el abandono del interés por los temas públicos, empezando por la política, el contemporáneo es en muchos sentidos una continuidad de aquel, pero con una gran diferencia: cada narciso administra hoy su propio medio de comunicación⁸. A esta articulación entre individualismo y redes sociales está dedicado en parte este trabajo. Pero el centro no estará puesto en temas que ya han comenzado a ser discutidos como, por ejemplo, la expresión de la subjetividad. Nos interesan otros, como la transformación del espacio público por la emergencia de nuevos enunciadores individuales, profesionales y *amateurs*. Y, también, como se transforman, dentro y fuera de la red, los vínculos sociales a partir del crecimiento exponencial de información sobre los demás a la que, de repente, todos hemos accedido.

Volviendo a Hartog, cabe destacar que no focaliza el rol de los medios de comunicación en la instalación del presentismo⁹; por consiguiente, lo que aquí presen-

8 Desde nuestro punto de vista las llamadas redes sociales como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* son redes sociales mediáticas y lo que las define es que ellas son redes de medios de amateurs, de individuos profesionales, de colectivos, etcétera. Es decir que cada uno administra en esas redes su propio medio de comunicación (CARLÓN, 2012).

9 En uno de los pocos ejemplos de este tipo que otorga dice que “en la carrera cada vez más acelerada a lo directo, producen, consumen, y reciclan siempre cada vez más rápido palabras e imágenes, y comprimen el tiempo: cualquier tema, cualquier cosa de un minuto y medio por treinta años de historia” (HARTOG, 2007 [2003], p. 140).

tamos es un análisis a partir de su diagnóstico. Desde nuestro punto de vista, del hecho de que Hartog, que es un historiógrafo, no brinde ejemplos de comunicación mediática, no se desprende que el concepto de presentismo no pueda aplicarse al estudio de la mediatización contemporánea. Lo interesante del concepto de presentismo es que nos permite además de comprender transformaciones alejarnos del determinismo tecnológico que han naturalizado muchos discursos sobre la época actual. La introducción de este concepto permite que la emergencia de un nuevo régimen de mediatización con base en Internet no aparezca como monocausa del nuevo presentismo global. Desde este punto de vista, Internet consolidó al presentismo, pero este régimen de historicidad tiene también causas sociales y culturales que habilitaron la emergencia y consolidación social de Internet. Dicho en otros términos: Internet fue el canal mediático adecuado para la emergencia de este nuevo régimen de historicidad, pero no menos importante es la crisis de la modernidad y la emergencia de una nueva experiencia social que se define por la emergencia de nuevos enunciadores en los espacios públicos. Para comprender la dimensión del proceso al que estamos haciendo referencia, podemos recordar qué significó, desde este punto de vista, la querrela entre antiguos y modernos. En un contexto en el que “el sentimiento general era que los modernos eran enanos en comparación con los antiguos gigantes” (CALINESCU, 1991 [1987], p. 34), la modernidad significó, entre otras muchas cosas, la emergencia de nuevos enunciadores que, a diferencia de los que poblaban las bibliotecas, *estaban vivos*. Esa emergencia de los vivos como enunciadores en los espacios públicos es cuantitativamente insignificante frente a que la que acaban de realizar las redes sociales al brindarle la posibilidad de administrar sus propios medios de comunicación a profesionales y *ama-*

teurs (solo considerando a *Facebook*, que tenía 1.800 millones de cuentas activas a fines de 2016, estamos contando a la mitad de la población mundial conectada a Internet). Comprender esta irrupción más allá de las instituciones de los vivos en la cultura contemporánea es algo que nos llevará probablemente mucho más tiempo y esfuerzo de lo que imaginamos. Para avanzar en esa tarea, no tenemos dudas que conceptos como presentismo pueden ser de gran ayuda.

Para caracterizar a lo contemporáneo, focalizaremos tres niveles que se encuentran íntimamente ligados entre sí: a) el de la mediatización, fundamental para el desarrollo de los otros dos, b) el de la emergencia de nuevos enunciadores y enunciatarios, y la transformación de los históricos, que nos permitirá enfocar la mutación del espacio público y social, c) el de la nueva circulación del sentido mediática y no mediatizada, que nos permitirá pensar la transformación cultural y social que se deriva del cambio en la circulación de la información sobre los enunciadores sociales.

4. Presentismo y mediatización

Hay, en primera instancia, dos grandes transformaciones a considerar. La primera es que el sistema de medios masivos ya no es lo que era, ha perdido poder en su modo de funcionamiento tradicional. El debate latinoamericano sobre el fin de los medios masivos y el anglosajón sobre el fin de la televisión permitieron obtener ciertas conclusiones (CARLÓN, 2016a). Sin entrar en detalles, podemos decir que los medios masivos, en particular los de mayor penetración cotidiana, radio y televisión, realizaron ciertas operaciones exitosas en la vida social: a) generaron discursos que construyeron un *mundo com-*

*partido*¹⁰, b) *programaron la vida social* (VERÓN, 2009), al adoptar la oferta después de la emergencia de la radio una estructura de grilla de programación que se articuló con los hábitos y rutinas de la vida cotidiana (programas de la mañana, de la tarde y de la noche) y, c) en una época de *escasez* lograron *controlar la circulación discursiva*, porque los programas solo podían verse y oírse en los horarios en que las instituciones emisoras los emitían. Este modo de funcionamiento perdura, no ha desaparecido totalmente, pero la vida social cada vez se estructura menos en torno a él. Todas las estadísticas que conocemos nos dicen que: en los países con alta penetración de Internet, la televisión no detiene la caída de sus ratings históricos (el caso de la televisión abierta argentina, por ejemplo, es dramático: perdió 13 puntos de rating, de 39 a 23 de 2004 a 2012) y que la concurrencia a las salas de cine también ha disminuido (en los cincuenta y los sesenta no era inusual la asistencia entre seis y diez veces al año, hoy apenas supera una). ¿Qué es lo que está detrás de esta crisis? Desde nuestro punto de vista, el presentismo, encarnado en el hecho de que *el espectador vive y desea vivir cada vez más en un presente que él modela de acuerdo a sus propias necesidades, no el que le imponen las instituciones*. Las instituciones mediáticas no generaron el *on demand* o ponen sus contenidos a nuestra disposición (con el a esta altura repetido “lo que quieras, cuando lo quieras, a través del dispositivo que quieras”) porque sea un gran negocio. Mucho mejor negocio era establecer públicos cautivos a través del rating, pautar publicidad a partir de la grilla y monetizar cada etapa de la circulación social. Si ya no lo hacen más, es porque cada vez hay menos espectadores dispuestos a seguir los tiempos de las instituciones.

La segunda transformación es que se ha consolidado un segundo sistema de mediatización con base en las

10 Como señalaba Verón: “[...] los medios producen la realidad de una sociedad industrial en tanto *realidad en devenir, presente como experiencia colectiva para los actores sociales*” (IV).

redes telefónicas e Internet (que soporta redes sociales mediáticas como *Twitter, Facebook, Snapchat, Instagram*, etcétera) con cada vez maior relevancia en la vida social. Este panorama nos permite afirmar que hemos dejado atrás la modernidad y la posmodernidad, en las que había un solo sistema mediático. El vínculo de este nuevo sistema de mediatización con base en Internet con el presentismo es evidente. En primer lugar, como ya adelantamos, Internet ha puesto a disposición de todos un nuevo y dinámico espacio de producción, recepción, apropiación y publicación de contenidos y, al hacerlo, nos ha introducido en un *presente expandido*¹¹. Lo ha logrado porque su lógica está basada en *interactuar en tiempo presente*, razón por la cual ha sido diseñado para que encuentran en ella su lugar *antes que las instituciones que dominaron aún en la modernidad, los enunciadores biológicos y orgánicos, es decir, los que están vivos*¹². Así la producción discursiva dominante no se realiza con parámetros semejantes a los de la publicación de un libro, que espera encontrar sus lectores a lo largo de los años, y, mucho menos, con el de una obra de arte, que se presupone capaz de sobrepasar las barreras temporales, hacerse eterna. Son tiempos mucho más cercanos a los de *Snapchat*, que ha adoptado la política de que los mensajes se borran a las 24hs. Es esta lógica de la fugacidad, que no es más que otro síntoma de la dominancia del presentismo, la que ya ha sido rápidamente adoptada por otras redes sociales. No sólo eso, *la lógica de la interacción*

11 Que si bien no es el de la toma directa, que se encuentra sobreterminada por las condiciones naturales (razón por la cual no puede enunciar flashbacks ni flashforwards [CARLÓN, 2009]), enmarca con la temporalidad propia de su uso dominante estos discursos (hecho que se debe a que en Internet la interacción se realiza generalmente para conversar con otro u otros en un lapso de tiempo breve, cuando no inmediato).

12 Siguiendo al último Eliseo Verón, podemos decir: por sistemas socioindividuales antes que sociales debido a que "la temporalidad de los sistemas socioindividuales es necesariamente la de un ciclo de vida orgánico. No es este el caso de los sistemas sociales" (VERÓN, 2013, p. 431).

tensiona la temporalidad de los discursos producidos por los grandes dispositivos y lenguajes que embalsamaron el tiempo cuando se hacen presentes en la red (CARLÓN, 2013 y 2014), es decir, de aquellos que nos permitieron acceder desde un presente a un pasado (la fotografía y el grabado televisivo y cinematográfico), que tan bien sirvieron a las instituciones¹³. *En la red los discursos de estos dispositivos y lenguajes modernos quedan sometidos al presentismo de la interacción y su temporalidad se reconfigura. ¿Qué temporalidad no se modifica en la red? La del discurso del directo, por supuesto, que como es en presente, se acopla perfectamente. Por eso el directo fue, en el campo de los lenguajes mediáticos, el que adelantó la emergencia del presentismo y la contemporaneidad. Y fue un paria en los análisis modernos y posmodernos de los dispositivos y lenguajes: su enfoque implicaba la necesidad de otra perspectiva, no antropocéntrica y contemporánea.*

5. Sociedad: enunciadores y enunciatarios bajo el signo del presentismo

No es nuevo manifestar que la modernidad fue la época de las instituciones fuertes, principalmente a nivel nacional, que crearon, además de un espacio público común, vínculos con audiencias masivas y estables. En la posmodernidad sucede una importante transformación, porque las instituciones mediáticas asumieron su rol como productoras de sentido y se volvieron más independientes, pero también inestables. Son los años en los que se siembran las semillas de la “crisis” de los medios masivos (así es como fueron interpretados luego, cuando comenzó

13 En “Registrar, subir, comentar, compartir: prácticas fotográficas en la era contemporánea” (CARLÓN, 2016c), presentamos un análisis sobre el presentismo fotográfico en la red, que atiende a cómo los usos comunicacionales de la fotografía la someten a una temporalidad de la interacción distinta de la que identificaron los ensayos históricos dedicados a este dispositivo.

a hablarse del “fin” de la televisión generalista) y en los que los públicos empiezan a fragmentarse en diversos colectivos que se conceptualizaron de distintas formas: fans, comunidades, nichos de consumidores, tribus, etcétera. Pese a estos cambios hay entre modernidad y posmodernidad importantes continuidades: el espacio público está dominado, más o menos, por los mismos enunciadores, las instituciones mediáticas y las instituciones históricas (la Iglesia, el Estado, etcétera), aunque ahora se dirijan, cada vez más, a colectivos. Es decir, por enunciadores cuya vida no se rige por los ciclos naturales, no tiene los tiempos de los organismos biológicos.

Pero en la contemporaneidad a la par de que se impone el presentismo surge un conjunto de transformaciones. La primera es que el nuevo sistema mediático basado en Internet se articula, en muchos sentidos, con la fragmentación social en colectivos e individuos que emergió en la posmodernidad. Esto implica una gigantesca reconfiguración de los espacios públicos, con un cambio de estatuto y de rol de quienes antes se encontraban en reconocimiento y ahora, también, se encuentran en producción. De estatuto porque, como ya lo señalamos, cada vez dominan más, por primera vez en la historia, en los espacios públicos, enunciadores orgánicos, que están vivos. De rol porque el pasaje de situarse en reconocimiento a hacerlo también en producción ha transformado la circulación de los contenidos. Además, es un sistema que ha permitido, por un lado, la emergencia en espacios públicos de nuevos enunciadores individuales y, por otro, un nuevo lugar de lo grupal, de colectivos de mayor o menor tamaño¹⁴. Sintetizando, podemos distinguir aquí tres tipos de nuevos enunciadores: a) individuales profesionales, b) individua-

14 Sólo porque por motivos de espacio es imposible ocuparnos en el marco de este trabajo dejamos de lado aquí los proyectos y los colectivos (sociales, políticos, ecológicos, etcétera) que al igual que los enunciadores individuales encontraron en las redes un lugar privilegiado de acción.

les *amateurs* y, c) colectivos. Y establecer tres fases en su incorporación a la mediatización: en la primera, accedieron a *publicar*, gracias a la posibilidad de administrar, cada uno, su propio medio personal. En la segunda, pasaron a *editar*, gracias a la difusión masiva de programas de edición de relativamente baja complejidad y, en especial, a los “filtros” que las redes sociales ponen actualmente a su disposición (que ofrecen a los internautas poner en juego fácilmente las grandes operaciones del arte contemporáneo: apropiación, montaje, intervención, yuxtaposición, repetición, incrustación, etcétera). En la tercera, comenzaron definitivamente a *performar*: gracias a las *stories* de *Instagram*, a las transmisiones en directo de *Facebook*, etcétera¹⁵ (proceso que había comenzado antes, con las *selfies* por ejemplo, pero que con la promoción de los lenguajes audiovisuales directo y grabado en las redes se ha incrementado en frecuencia de uso y complejizado en su mediatización).

Una forma de realizar un rápido acercamiento a esta dimensión del desarrollo contemporáneo consiste en concentrarse en los individuos, que también conforman los colectivos (recordemos que Verón los conceptualizaba como conjunto de actores individuales). En la era contemporánea, los nuevos enunciadores interactúan en el marco de un sistema de mediatización en el que en relación al moderno predomina la fragmentación social. No solo eso: es un sistema muy flexible. Los enunciadores forman par-

15 Si, como decía Andreas Huyssen (2002 [1986]), respecto de la situación de la vanguardia en el posmodernismo, “sus invenciones y técnicas artísticas han sido absorbidas y capturadas por la cultura de masas occidental en todas sus formas, desde el cine de Hollywood, la televisión, la publicidad, el diseño industrial y la arquitectura hasta la estetización de la tecnología y la estética del consumo” (p. 39), hoy podemos decir que las redes sociales, al apropiarse de las operaciones del arte contemporáneo a través de los filtros, han continuado ese camino (CARLÓN, 2014). Pero no sólo eso: al promover las performances vía las *stories* y disolver la diferencia entre discurso y vida, están haciendo algo semejante respecto al arte más propiamente contemporáneo, el basado en los happenings, las performances, etcétera.

te de redes estables (familiares, amigos íntimos, algunas pertenencias institucionales) e inestables, que se activan y desactivan continuamente de modo cada vez diferente. Ahora son los individuos, ya sean *amateurs* o profesionales, quienes *a partir del presente de sus vidas configuran día a día, a partir de sus decisiones, los grupos y colectivos con los cuales interactúan y de los cuales forman parte*. Operaciones que realizan cotidianamente dando de baja viejos contactos y vinculándose con nuevos, aceptando solicitudes o solicitando ser aceptados. Hecho por el cual, por ejemplo, el *Facebook* o *Instagram* de cada uno es diferente. No solo eso: les es común sostener vínculos a lo largo del tiempo con quienes difícilmente lleguen a conocer personalmente (algo muy común en el campo académico, pero no sólo en el), y sostener vínculos intensos y fugaces con otros que moran cerca (porque inician una actividad que armó un grupo en una red social pero luego la discontinuaron, etcétera). Toda esta intensa y compleja vida social mediatizada, que se acopla perfectamente a la labilidad de los vínculos, deja permanentes huellas discursivas en la red, pero es imposible en el marco de este escrito ocuparnos de ella. Lo que haremos los próximos ítems será concentrarnos en sólo tres aspectos. En primer lugar, en cierto tipo de contenidos producidos por estos enunciadores, los que están íntimamente vinculados al presentismo. En segundo término, en explicar cómo la circulación de los contenidos mediáticos *online* está transformando la vida social *offline*. Finalmente, focalizaremos cómo circulan los contenidos entre los dos sistemas, el de los medios masivos y el de los “nuevos medios”. Todos estos fenómenos son característicos de la era contemporánea y de su principal novedad, que es la transformación en la circulación¹⁶.

16 El tema viene siendo especialmente focalizado en América Latina también por otros autores, como Antonio Fausto Neto (2016, 2010) y José Luiz Braga (2012). Y en 2017 CISECO (Centro de Investigación en Semiótica y Comunicación) le dedicará su segundo Simposio.

6. La cultura contemporánea: nueva producción y circulación del sentido y nuevos contextos interpretativos

6.1 Presentismo y producción de los internautas: nuevos tipos de actualidad

Si se desea focalizar cómo está cambiando la cultura merced a la mediatización no hay otra alternativa que detenerse en el nivel del sentido. Como nos vamos a concentrar en los discursos de los internautas individuales y el tema ha recibido ya importantes estudios, realizamos un breve comentario antes de avanzar, en particular sobre la diferencia entre el análisis que se va a presentar aquí y otros¹⁷ que focalizan cómo se exhibe la intimidad en las redes sociales. Lo específico de nuestro análisis, que continúa otros que venimos desarrollando¹⁸, reside en que focaliza *dos aspectos distintos de los privilegiados por ese tipo de estudios: el vínculo con el presentismo, análisis que nos permitirá incorporar un desarrollo conceptual específico del concepto de actualidad, y los efectos sociales (online y offline) de esa discursividad.*

¿Qué han traído de nuevo los enunciadores mediáticos contemporáneos y cuál es su vínculo con el presentismo? Para responder a esta pregunta es importante recordar que el vínculo entre el presentismo y la mediatización no comenzó con Internet. Hay ciertas lógicas íntimamente vinculadas con la mediatización que han sido predominantes a lo largo de la historia. Una de ellas es la

17 Como el que puso en juego Paula Sibilía (2008) en *La intimidad como espectáculo*. La autora analiza cómo más allá de la modernidad, en la que había rígidas separaciones entre lo público y lo privado, se manifiestan actualmente las "escrituras de sí mismo". Este hecho es innegable e importante, pero nos parece necesario completar ese análisis con otro, más atento a la construcción contemporánea de la sociabilidad, que se realiza a través de fenómenos de circulación.

18 En particular sobre el dispositivo enunciativo contemporáneo (CARLÓN, 2017).

de la *actualidad*. La de los medios masivos históricamente se concentró en los grandes temas internacionales y nacionales y, por supuesto, esos temas perduran para estos medios como principal foco de interés¹⁹. Pero es interesante destacar que conforme se fue desarrollando en estos últimos años la crisis de los medios masivos a la par de que su poder disminuyó también lo hizo la dominancia, que era hegemónica, de su agenda en la vida social. ¿Quiere decir esto que ya no es importante la actualidad? No, lo que ha sucedido, más bien, es que han surgido *nuevos tipos de actualidad*²⁰. Un hecho evidente: si bien en las redes sociales los contenidos de las instituciones mediáticas siguen siendo relevantes no son los únicos: se han diversificado notablemente. Se debe a que se han vuelto muy importantes los que emergen producidos por otros enunciadores, como individuos y colectivos.

Entre esos nuevos tipos de actualidad nos interesa especialmente la de *la vida cotidiana de los individuos*. Es un tipo de contenido que antes pertenecía principalmente al reino de la privacidad y la intimidad y que ha sido fuertemente estimulado por las redes sociales mediatizadas a través de preguntas como ¿qué estás pensando (*Facebook*)? o ¿qué estás haciendo (*Twitter*)? Actualizando su vida cotidiana, profesionales y *amateurs* comunican diariamente a través de textos, fotografías y videos qué perío-

19 Es cierto que los contenidos de los medios masivos son altamente comentados en las redes sociales. Pero también es cierto que los contenidos de los medios masivos han cambiado y que una parte importante de ese contenido actualmente surge desde las redes sociales. Es una consecuencia del proceso de desintermediación que desencadenaron, que permitió a cada uno comunicar sus acciones, sentimientos y opiniones directamente a través de sus propios canales de comunicación.

20 El primer tipo de actualidad, en el que no nos vamos a detener, es el de *los acontecimientos que los medios masivos ignoran*, que han encontrado en las redes un canal privilegiado de comunicación: eventos académicos, muestras artísticas, cursos, jornadas sociales, acontecimientos deportivos, etcétera. Toda una gigantesca actividad social, política, cultural, ecológica, religiosa, etcétera, que la sociedad despliega cotidianamente y que no será nunca contenido destacado en un portal de noticias internacional, nacional, regional o local.

dicos y libros han *leído*, que series han *visto*, qué muestras han visitado, a qué eventos sociales, políticos, deportivos han asistido, etcétera (los eventos son múltiples: desde si se fueron de vacaciones o si sus hijos egresaron del colegio, hasta si falleció su perro, cómo es su casa, cómo se visten, que comen, etcétera²¹).

Ahora bien, lo que nos interesa señalar aquí es que toda esta producción no sólo debe ser considerada por lo que significa en sí misma, por su ruptura con los valores modernos de privacidad a través de su dimensión exhibicionista y narcisista, o por el complejo vínculo que mantiene con las instituciones del capitalismo mediático (*Facebook, Twitter, Instagram, etcétera*), que sin dudas la han promovido y tratan de explotarla, sino que puede ser atendida, también, desde otro punto de vista: *de cómo los discursos de la nueva mediatización están cambiando la vida social*. Es sabido que producto de la mediatización en las sociedades se produjo un incremento de la complejidad. Lo interesante de este enfoque es que nos permite avanzar en el análisis de *una de las razones que explican por qué las sociedades se han vuelto más complejas*. El hecho de que ahora todos seamos enunciadores mediáticos ha producido un escenario de circulación del sentido muy distinto en la sociedad contemporánea, tanto en situaciones mediatizadas como no mediatizadas. Se debe a que ha producido un *incremento exponencial de la información que la sociedad hace circular sobre sí misma, ya no sólo sobre las instituciones, sino sobre todos nosotros*. Y este hecho tiene profundas consecuencias. ¿Por qué? Nuestra tesis es porque estos contenidos están construyendo permanentemente *nuevos contextos interpretativos que antes no existían*.

21 Además, lo cual no es menor desde el punto de vista del análisis del sentido, los dispositivos y lenguajes utilizados para comunicar estos contenidos han crecido notablemente en cantidad y complejidad enunciativa en estos últimos años, desde que se expandieron los lenguajes "performativos": el *periscope* de *Twitter*, las *stories* de *Instagram*, las transmisiones en directo de *Facebook*, las *snap*s de *Snapchat*, etcétera.

tían sobre las prácticas sociales offline de las instituciones, los colectivos y los individuos de la vida contemporánea. Esto sucede tanto con quienes se mantiene un vínculo solo mediatizado como con quienes se sostiene, además, un vínculo interpersonal. Si a esto sumamos, como lo vamos a ver en el próximo ítem, que la circulación contemporánea se caracteriza porque la existencia de un nuevo sistema de mediatización ha permitido que los sentidos circulen ya no sólo “desde arriba hacia abajo”, de los dispositivos socio-institucionales a los colectivos de actores individuales, no quedan dudas de que la transformación que estamos viviendo es radical.

En el próximo ítem expondremos brevemente cómo funciona en la época contemporánea la circulación hipermediática, que va *de los medios masivos a las redes y de las redes a los medios masivos*. Luego cerraremos esta parte de nuestra exposición con el análisis de un caso que nos permitirá mostrar cómo los contenidos producidos por la actualidad de los internautas se articulan con la circulación hipermediática, generándose un imprevisible pero no por eso excepcional ejemplo de nuestra época.

6.2 Presentismo y circulación hipermediática

En la modernidad y la posmodernidad, los contenidos mediatizados circulaban principalmente “desde arriba” “hacia abajo”, es decir, desde las instituciones y los medios a los colectivos de actores individuales (VERÓN, 1997, 2013). Pero la emergencia y consolidación de un nuevo sistema de mediatización trajo nuevas formas de circulación, que recién comienzan a estudiarse.

Antes de avanzar nos gustaría señalar por qué es importante atender a las formas de circulación. Para que sea más claro lo que queremos decir, realizamos un breve comentario sobre un importante enfoque reciente: el que puso en juego José Van Dijk (2016 [2013]) en *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes socia-*

les. Van Dijk se concentra en la sociabilidad dentro de cada plataforma y entre las plataformas²², pero *no focaliza la relación entre las que denomina plataformas y la vida social no mediatizada ni, tampoco, entre plataformas y medios masivos*. Es un análisis intra-sistémico (entre redes), que no atiende a la circulación inter-sistémica (entre redes y medios masivos) que para nosotros, en cambio, es central (CARLÓN, 2016b). Y que tampoco atiende espacialmente a los vínculos entre el *online* y *offline*.

En cambio, quien sí ha atendido a otra forma de circulación del sentido característica de nuestra época ha sido Henry Jenkins (2003, 2008 [2006]) y quienes trabajan en su fecunda estela. Son estudios que focalizan cómo las comunicaciones masivas “descendentes” (*top down*), luego son apropiadas, resignificadas y respondidas “desde abajo”, en dirección “ascendente” (*bottom up*) para, muchas veces, ser nuevamente apropiadas “desde arriba”. Como muestra el último libro de Jenkins, Ford y Green (2014 [2013]), se están realizando importantes avances en este terreno.

Pero desde nuestro punto de vista lo que se está haciendo es insuficiente. Es necesario ampliar el alcance de estos estudios. Al decir esto nos referimos a que han estallado otras modalidades de circulación del sentido. Hoy muchos nuevos enunciadores, no sólo profesionales sino también *amateurs*, son capaces de generar desde las redes nuevos colectivos, imponiendo una lógica de circulación discursiva totalmente distinta de la que caracterizaba a

22 Realizando distinciones muy importantes, como las que establece al diferenciar dos modalidades del compartir: “Desde un punto de vista tecnológico, los dos grandes significados de ‘compartir’ tienen relación con dos tipos de formas de codificación. El primero de ellos se relaciona con la conexión, impulsa a los usuarios a compartir información con otros a través de interfaces diseñadas para ello. [...] El segundo tipo de características de codificación se relaciona con la conectividad, en la medida en que tiene el propósito de compartir los datos de los usuarios con terceros como ocurre con Beacon (ya extinto), Open Graph o el botón ‘me gusta’” (VAN DIJK, 2016 [2013], p. 80).

la modernidad y la posmodernidad. Sus producciones siguen caminos imprevisibles. Producen contenidos desde sus páginas y cuentas (no siempre refiriéndose a los medios masivos) y ganan en seguidores. Luego se mantienen en el tiempo. O alcanzan el reconocimiento de los medios masivos. En el camino, el vínculo con sus seguidores se transforma: los colectivos crecen, o se fragmentan, etcétera. Son fenómenos absolutamente nuevos, que están cambiando radicalmente la circulación mediática del sentido mucho más allá de lo que se lo viene advirtiendo. En textos recientes (CARLÓN, 2015, 2016b), hemos estudiado en detalle un caso de este tipo, el proyecto fotográfico *Chicas bondi*, presentado un dispositivo analítico para el estudio de *nuevos casos de circulación hipermediática del sentido* (entre ambos sistemas de medios, el de los medios masivos y el de los nuevos medios) y *una tipología que intenta formalizar las nuevas formas de circulación* (CARLÓN, 2017)²³.

¿Cómo se manifiesta aquí el presentismo? De distintas formas, pero ante todo debe tenerse en cuenta que, al haber surgido un sistema mediático que se apoya en Internet y las redes telefónicas basado en el presentismo, *el ritmo en el que circulan los contenidos se ha acelerado*. Un solo ejemplo: antes, cuando la respuesta a lo que decía un medio masivo debía realizarla otro de estatuto similar, debido a la naturaleza misma de sus rutinas, el ritmo de los procesos de circulación era, visto desde la era actual, lento. Los medios masivos piensan, evalúan, chequean, antes de brindar una información u opinión. Hoy hay importantes actores activos en las redes que no se guían por

23 Distinguímos entonces, a partir de la consideración de tres grandes direcciones comunicacionales (ascendente, descendente y horizontal), tres grandes formas de circulación hipermediática: 1) ascendente/descendente; 2) descendente/ascendente; 3) descendente/horizontal. Y también un cuarto tipo, que no es hipermediático porque los contenidos no viajan entre ambos sistemas, pero que por su relevancia no puede dejar de ser considerado: comienza siendo ascendente y luego es horizontal.

esas rutinas, comentan y responden inmediatamente, y el ritmo de circulación entre el “arriba” y el “abajo” se ha acelerado hasta volverse vertiginoso. Veremos una muestra de lo que estamos diciendo a través de un ejemplo que analizaremos en el próximo ítem.

6.3 El ritmo de la circulación hipermediática y los efectos de los nuevos contextos interpretativos: “fuego amigo”

Tanto los sentidos que los internautas ponen en juego bajo la forma “actualidad de sus vidas privadas”, que construyen nuevos contextos interpretativos en la vida social *offline*²⁴, como los que circulan de modo hipermediático, caracterizan a la era contemporánea. Pero ¿qué vínculos hay entre estos dos modos de circulación del sentido? Concluimos este artículo dando un ejemplo reciente que nos resulta emblemático. Pero es un solo un ejemplo de lo que entendemos constituye todo un campo de investigación.

El 7 de setiembre de 2013, un día antes de su cumpleaños, Camila Echegaray, de 18 años, se encontró cuando iba a salir a festejar con sus amigas el sábado a la noche un auto 0 km envuelto con un moño azul. Feliz, publicó la foto en su cuenta en *Instagram*. El auto era un Audi A1, valuado entre 35.000 y 45.000 USD²⁵ y era un regalo de

24 Decimos vida social entre comillas porque cada vez es más difícil separar ambas esferas, por sobre todo debido a la hiperconexión y a la evolución de los *smartphones*. Sin embargo, y pese a que nuestra vida tiende cada vez más a ser híbrida, mantener la distinción es importante, al menos por dos razones. Por un lado, porque nos permite comparar nuestra era con la anterior. Por otro, porque aunque la mediatización de la vida social no se detiene, seguimos en muchos momentos del día teniendo una vida no mediatizada. ¿Cuándo? Simplificando cada vez que, por distintos motivos, desconectamos el celular. Y todos lo hacemos muchas veces a lo largo del día.

25 El tema dio origen a una serie de notas de diferentes diarios en la Argentina (*La Nación*, *Página 12*, *Clarín*, etcétera). En este link puede consultarse la cobertura de *La Nación*: <http://www.lanacion.com.ar/1618843-ricardo-echegaray-le-regalo-un-audi-a-su-hija-y-estallaron-las-redes>

su padre, Ricardo Echegaray, Director General de la AFIP (Administración Federal de Ingresos Públicos). La foto se “viralizó” en las redes sociales, con comentarios diversos, la mayoría irónicos. En los días siguientes, la noticia llegó a los medios masivos²⁶ y fue comentada por diversos referentes sociales, entre ellos, el director de cine Juan José Campanella, ganador del premio Oscar, quien criticó la ostentación. Camila borró el contenido de su cuenta, aunque no sirvió de mucho, porque el contenido ya había circulado. Y el padre, consultado por los medios masivos, finalmente no pudo evitar hacer declaraciones en una emisora AM, Radio del Plata, donde no pudo desmentir la noticia. Se limitó a decir: “Cuando uno quiere a sus hijos les da todo lo que les puede dar”. No había forma de negar una información que había surgido bajo la modalidad *fuego amigo*, dado que había sido su propia hija quien la había hecho pública por su propia voluntad, aunque, obviamente, sin la intencionalidad con la que fue leída. Producto del presentismo que domina en la hipermediatización contemporánea, todo esto sucedió en poco más de cuatro días.

Antes de comentar este caso, reconstruyamos, aunque sea esquemáticamente, su circulación para que quede más claro cómo ambos sistemas de medios se articulan. Primera fase: un contenido publicado en su cuenta en *Instagram*, es decir, en su medio de administración personal por una joven que contaba un acontecimiento feliz de la actualidad de su vida a su círculo de amistades en la red, comienza a circular en las redes más allá de lo que había imaginado (entre desconocidos, algo evidente que se desprende del análisis de los contenidos que circularon que pudimos analizar). Segunda fase, hipermediática: la noticia despierta el interés de los medios masivos debido a que su padre es funcionario. Los medios masivos publican la noticia. En esta fase, el padre no puede evitar ser

26 Disponible en el diario *La Nación*: <http://www.lanacion.com.ar/1618843-ricardo-echegaray-le-regalo-un-audi-a-su-hija-y-estalla-ron-las-redes>

interpelado por dichos medios y dar explicaciones en una nota radial. Tercera fase, también hipermediática: referentes sociales comentan desde sus cuentas en las redes la noticia.

Este caso es uno de los tantos que se podrían citar que muestra cómo ha cambiado la circulación del sentido en la sociedad contemporánea, frente las eras moderna y posmoderna. En la era de los medios masivos, los periodistas debían obtener la información. Luego, si la información a la que accedían era capaz de suscitar un escándalo que iba a afectar la vida de un personaje público, es decir, a *cambiar la interpretación pública de su vida*, lo habitual, antes de publicarla, era tratar de contactarlo. Se le comunicaba cuál era el contenido que se iba a publicar y se le daba la palabra para que lo desmintiera o lo confirmara. Sabemos qué es lo primero que ese funcionario hubiera intentado hacer: negar el hecho. ¿Pero cómo negar un hecho si la fuente del acontecimiento que creó un *nuevo contexto interpretativo de su vida* fue espontáneamente su propia hija? ¿Y si, además, lo hizo público? Son algunos de los rasgos que caracterizan a la nueva circulación, en la que constantemente se construyen nuevos contextos interpretativos y el desarrollo de los acontecimientos además de que se vuelve más imprevisible se acelera²⁷.

7. Presentismo como factor transversal de la contemporaneidad: mediatización, cultura y sociedad

Para concluir, dos reflexiones. La primera es que es difícil evitar, al hacer referencia a la emergencia del pre-

²⁷ También sabemos qué es lo otro que el funcionario hubiera intentado hacer en caso de que no hubiera podido negar el hecho: decir que el sentido del acontecimiento era otro, que fue sacado de contexto. ¿Qué habilita esa respuesta? Que todos sabemos muy bien ya que la mediatización consiste, ante todo, en una descontextualización, que es otra de las formas de definir en qué consiste una mediatización.

sentismo en la historia de Occidente, establecer vínculos entre la historia de la mediatización, de la globalización y el desarrollo de la sociedad de consumo. Aunque el tema excede ampliamente el marco de este artículo, nos gustaría dejar una reflexión. Señalamos que Hartog no vincula especialmente mediatización y presentismo. Quien, en cambio, según nuestra lectura, estableció un vínculo explícito entre estos temas fue Jonathan Crary (2015 [2013]) en *24/7: El capitalismo tardío y el fin del sueño*. Para Crary, la mediatización juega un rol fundamental en la transformación de la experiencia del tiempo en la historia de Occidente, debido a que los medios se van volviendo cada vez más omnipresentes en la vida cotidiana. Desde otro punto de vista del que hemos trabajado aquí, y en sus propios términos, Crary narra cómo avanzó en Occidente lo que Verón llamó, por parte de las instituciones mediáticas, la *programación de la vida social*, que fue invadiendo con una lógica basada en el estímulo del consumo y el espectáculo la vida cotidiana. También para Crary los ochenta son un momento muy importante, porque hasta ese momento “los canales (de televisión) organizaban su programación de acuerdo a los patrones tradicionales del sueño de los seres humanos” (p. 105). Desde entonces comienzan las transmisiones nocturnas e Internet termina de instalar un régimen que culmina con la conectividad 24/7 actual alejada de los ciclos naturales. Un régimen de funcionamiento maquínico, “un entorno 24/7 que tiene la apariencia de un mundo social, pero en realidad es un modelo no social de rendimiento maquínico y una suspensión de la vida, que no revela el costo humano que se necesita para mantener su eficacia” (p. 36). Tenemos absoluta coincidencia con el diagnóstico de Crary en cuanto a que nos encontramos en un entorno 24/7 de profundas consecuencias, que es una de las caras más oscuras de la emergencia del presentismo y de la vida contemporánea. En lo que tenemos diferencias es en lo que señala en cuanto al poder que le

brinda a este sistema y organización, poder que de ningún modo subestimamos, pero que, al menos puntualmente, nos gustaría comentar. Crary argumenta, por ejemplo, que la construcción de la subjetividad desde los años 90 la realizaron las corporaciones mediáticas, debido a que en el momento en que aparece el ciberespacio fue anunciado como un conjunto de herramientas con el poder de reinventar el yo y su relación con el mundo, pero a mediados de los noventa ya había quedado claro que “aunque el ciberespacio era, de hecho, una reinención del yo, esa transformación y reinención la hacían las corporaciones transnacionales” (p. 98). Desde nuestro punto de vista es cierto que la irrupción de las grandes corporaciones (por sobre todo desde la emergencia de *Facebook*, *Twitter*, *YouTube*, *Instagram*, etcétera), al establecerse como intermediarias exitosas en la vida social, establecieron los marcos para la expresión de las subjetividades en una Internet que aún no era predominantemente vista bajo una perspectiva distópica, al servicio del capitalismo global. No sólo eso, también consideramos que si la estimulación del consumo que hacían los medios masivos bajo la forma de una pauta publicitaria basada en la grilla de programación entró en crisis junto con los medios masivos, las nuevas corporaciones, empezando por *Facebook* y *Google*, desarrollaron una publicidad que estimula el consumo cada vez más ubicua, personalizada y, quizás, más poderosa. Pero la tesis a la que hemos suscripto en este trabajo dice que *el presentismo no fue establecido solo por la mediatización y las instituciones del mundo empresarial, se debe también a la crisis de los paradigmas moderno y posmoderno, y a que los efectos del presentismo mediático 24/7 tal como lo describe Crary deben contrastarse permanentemente, punto por punto, con el presentismo social que ahora ha devenido, además, mediatizado*. Un rápido comentario: nadie, y mucho menos las corporaciones transnacionales pudieron prever exactamente los usos que las sociedades le dieron

a las redes sociales en la primavera árabe, en las protestas en Brasil, o el que llevó adelante el colectivo feminista #niunamenos en Argentina. Los usos que instituciones, colectivos e individuos realizan de las redes en una sociedad cada vez más compleja que *basada en el presentismo de su vida* hace circular cada vez más información sobre sí misma son, en muchos sentidos, imprevisibles.

Mientras ese debate, del cual hay signos ya entre nosotros, se cristaliza y desarrolla, entiendo que la adopción o no de la categoría contemporáneo constituye un desafío para nuestro campo. En el final de este texto, me limito a decir que, aunque esa pregunta sea evitada, hay una que a esta altura ya no podemos eludir: ¿qué sucede cuando individualmente la mitad de la población mundial se mediatiza, y lo mismo hacen todas las instituciones y colectivos sociales? Para dar una respuesta, aunque sea táctica y provisoria a estas preguntas, debemos interrogarnos: ¿tenemos en nuestro campo un enfoque *macro*, que nos permita abordar semejante complejidad? Aunque en su último libro Eliseo Verón (2013) no abordó explícitamente esta discusión, nos brindó importantes observaciones para avanzar. En el capítulo dedicado a la fotografía, en el que retoma su análisis de la imprenta, su vínculo con el protestantismo y la importancia que ella tuvo para el desarrollo de la modernidad, hace referencia a los grandes momentos de la historia de la mediatización. Dice que los fenómenos mediáticos son “desde el punto de las variables que nos permiten explicar los procesos históricos, *factores transversales*: su emergencia afecta de una manera radial y, podríamos decir, simultánea, a todos los sectores del funcionamiento social” (p. 248). Esos momentos generan a la vez “*gigantescos procesos de feedback positivo*, con el consiguiente refuerzo circular de las variables en juego, procesos a los que es imposible aplicar el modelo lineal de la relación causa/efecto” (VERÓN, 2013, p. 248). Desde nuestro punto de vista, si eso puede decirse sobre la emergencia de un dispositivo como el fotográfico,

mucho más puede afirmarse de las transformaciones contemporáneas que afectan tanto al nivel de la mediatización como el de la circulación, que se han vuelto hipermediáticas y por lo tanto están transformando la cultura y la sociedad. Son mutaciones que están afectando a la vez a las prácticas sociales *online* y *offline* de las instituciones, los colectivos y los individuos. A punto tal que han reconfigurado divisiones que tradicionalmente organizaban la vida social en la modernidad, como la existente entre el tiempo del trabajo y el del ocio, o entre la vida pública, la íntima y la privada. Desde este punto de vista, no sólo los fenómenos mediáticos son transversales. Quizás mucho más lo sea el *presentismo*, que no influye sólo al nivel mediático, sino que parece afectar todo: las prácticas sociales, al sistema de medios masivos y al nuevo sistema de mediatización.

Referencias

- AGAMBEN, Giorgio. ¿Qué es lo contemporáneo? 2008. Disponible en: <http://salonkritik.net/08-09/2008/12/que_es_lo_contemporaneo_giorgi.php>.
- BURGESS Jean; GREEN, Joshua. *Youtube e a revolução digital: Como o maior fenômeno da cultura participativa está transformando a mídia e a sociedade*. São Paulo: Aleph, 2009. (Edición original [2009]: *Youtube: Digital media and society series*, Cambridge: Polity Press).
- BRAGA, José Luiz. La política de los internautas es producir circuitos. In: CARLÓN, Mario; FAUSTO NETO, Antonio (ed.). *Las políticas de los internautas*. Buenos Aires: La Crujía, 2012. p. 43-59.
- BAUDRILLARD, Jean. *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairos, 2005 (1978).
- CALINESCU, Matei. *Cinco caras de la modernidad: Modernismo, vanguardia, decadencia, kitsch, posmodernismo*. Madrid: Tecnos, 1991 (1987).

- CARLÓN, Mario. La cultura mediática contemporánea: otro motor, otra combustión (Segunda apropiación de la teoría de la comunicación de Eliseo Verón: la dimensión espacial). In: *Actas del VII Pentálogo de CISECO*, Japaratinga, Brasil, 2017.
- CARLÓN, Mario. *Después del fin*: Una perspectiva no antropocéntrica sobre la post-tv, el post-cine y YouTube. Buenos Aires: Crujía, 2016a.
- CARLÓN, Mario. Apropiación contemporánea de la teoría comunicacional de Eliseo Verón. In: VIZER, E.; VIDALES, C. (coord.). *Comunicación, campo(s) teorías y problemas*: Una perspectiva internacional. Salamanca: Comunicación Social, 2016b. p. 125-154.
- CARLÓN, Mario. Registrar, subir, comentar, compartir: prácticas fotográficas en la era contemporánea. In: CORRO, Pablo; ROBLES, Constanza (ed.). *Estética, medios y subjetividades*. Santiago de Chile: Pontificia Universidad Católica, 2016c. p. 31-54.
- CARLÓN, Mario. Público, privado e íntimo: el caso *Chicas bondi* y el conflicto entre derecho a la imagen y libertad de expresión en la circulación contemporánea. In: CASTRO, César (org.). *Dicotomía público/privado: estamos no caminho certo?*. Maceió: EDUFAL, 2015. p. 211-232.
- CARLÓN, Mario. ¿Del arte contemporáneo a una era contemporánea? *Efecto arte* y el nuevo valor del presente en la era de Internet. In: ROVETTO, Florencia; REVIGLIO, María Cecilia (ed.). *Estado actual de las investigaciones sobre mediaticizaciones*. Rosario: UNR, 2014. p. 24-41.
- CARLÓN, Mario. Contrato fundacional, poder y mediaticización: noticias desde el frente sobre la invasión a *YouTube*, campamento de los bárbaros. *Matrizes*, São Paulo: Universidade de São Paulo, v. 7. Disponible en: <<http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/433>>.

- CARLÓN, Mario. En el ojo de la convergencia: Los discursos de los usuarios de *Facebook* durante la transmisión de la Ley de Matrimonio Igualitario. In: CARLÓN, Mario; FAUSTO NETO, Antonio (ed.). *Las políticas de los internautas*. Buenos Aires: La Crujía, 2012. p. 173-194.
- CARLÓN, Mario. ¿Autopsia a la televisión? Dispositivo y lenguaje en el fin de una era. In: CARLÓN, Mario; SCOLARI, Carlos (ed.). *El fin de los medios masivos: El comienzo de un debate*. Buenos Aires: La Crujía, 2009. p. 159-187.
- CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana. *O fim de televisão*. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014.
- CARLÓN, Mario; FAUSTO NETO, Antonio (ed.). *Las políticas de los internautas: Nuevas formas de participación*. Buenos Aires: La Crujía, 2012. (Colección Futuribles). Prólogo de Eliseo Verón.
- CARLÓN, Mario; SCOLARI, Carlos (ed.). *El fin de los medios masivos: El comienzo de un debate*. Buenos Aires: La Crujía, 2009. (Colección Inclusiones). ISBN: 978-987-601-087-0.
- CASTELLS, Manuel. *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial, 2009.
- CRARY, Jonathan. *24/7: El capitalismo tardío y el fin del sueño*. Paidós: Buenos Aires, 2015 (2013).
- CHERESKY, Isidoro. *El nuevo rostro de la democracia*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2015.
- DANTO, Arthur C. Introducción: moderno, posmoderno, contemporáneo. In: *Después del fin del arte: El arte contemporáneo y el linde de la historia*. Barcelona: Paidós, 1999 (1997). p. 25-42.
- FAUSTO NETO, Antonio. Los circuitos de la sentencia: el juicio político a Dilma Rousseff en el espacio de la circulación mediática. *Revista Inmediaciones de la Comunicación*, Montevideo: Universidad ORT, v. 11, p. 97-111, 2016.

- FAUSTO NETO, Antonio. A circulação além das bordas. In: FAUSTO NETO, Antonio; VALDETTARO, Sandra (ed.). *Mediatización, sociedad y sentido: aproximaciones comparativas de modelos brasileños y argentinos*. Rosario: UNR, 2010. p. 2-17.
- FERNÁNDEZ, Mariano. Sobre la mediatización: Revisión conceptual y propuesta analítica. *La Trama en La Comunicación*, Rosario: UNR, v. 18, p. 189-209.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor. Después del posmodernismo: La reapertura del debate sobre la modernidad. In: *Imaginario urbanos*. Buenos Aires: Eudeba, 2005 (1997). p. 19-65.
- GIDDENS, Anthony; HUTTON, Will. *En el límite: La vida en el capitalismo global*. Barcelona: Tusquets, 2001 (2000).
- HABERMAS, Jürgen. Modernidad, un proyecto incompleto. In: CASULLO, Nicolás (ed.). *El debate modernidad-posmodernidad*. Buenos Aires: Puntosur, 1991 (1980). p. 131-145.
- HARTOG, François. *Regímenes de historicidad: Presentismo y experiencias del tiempo*. México: Universidad Iberoamericana, 2007 (2003).
- HJARVARD, Stig. Mediatización: reencuadrando el análisis de los efectos de los medios. *Revista Inmediaciones de la Comunicación*, Montevideo: Universidad ORT, v. 11, p. 33-56, 2016.
- HJARVARD, Stig. Introdução: Da mediação à midiatização; Midiatização: Uma nova perspectiva teórica. In: *A midiatização da cultura e da sociedade*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2014 (2013). p. 33-56.
- HUYSSSEN, Andreas. *Modernismo después de la posmodernidad*. Buenos Aires: Gedisa, 2010.
- HUYSSSEN, Andreas. *En busca del futuro perdido: Cultura y memoria en tiempos de globalización*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2007 (2001).

- HUYSEN, Andreas. *Después de la gran división: Modernismo, cultura de masas, posmodernismo*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo, 2002 (1986).
- JAMESON, Fredric. *Una modernidad singular: Ensayo sobre la ontología del presente*. Barcelona: Gedisa, 2004 (2002).
- JAMESON, Fredric. *El giro cultural: Escritos seleccionados sobre el posmodernismo 1983-1998*. Buenos Aires: Manantial, 1999 (1998).
- JAMESON, Fredric. *Ensayos sobre el posmodernismo*. Buenos Aires: Imago Mundi, 1991.
- JENKINS, Henry. *Convergence Culture: Where old media and new media collide*. New York: New York University Press, 2006. (Traducción al español: *Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós Comunicación, 2008).
- JENKINS, Henry. Transmedia storytelling: Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling. 2003. Disponible en: <<http://www.technologyreview.com/news/401760/transmedia-storytelling/>>.
- JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. *Cultura da conexão: Criando valor e significado por meio da mídia propagável*. São Paulo: Aleph, 2014 (2013). (Edición original: *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. NYU Press, 2013).
- KATZ, Elihu. The end of television? In: *The annals of the American Academy of Political and Social Science*, 625:6. Disponible en: <<http://ann.sagepub.com/content/625/1/6>>.
- KIM, Jin. The institutionalization of YouTube: From user-generated content to professionally generated content. *Media, Culture & Society*, v. 34, n. 1, p. 53-67, jan. 2012.

- KIM, Jin. *User generated content (UGC) revolution? Critique of the promise of YouTube*. 2010. PhD dissertation, University of Iowa.
- KEEN, Andrew. *The cult of the amateur: How today's Internet is killing our culture*. New York: Doubleday, 2007. (Trad. al portugués: *O culto do amador: Como blogs, My Space, YouTube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores*. Rio de Janeiro: Zahar).
- LIPOVETSKY, Gilles. *La era del vacío: Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona: Anagrama, 1994 (1983).
- LYOTARD, Jean-François. *La posmodernidad (explicada a los niños)*. Barcelona: Gedisa, 1991 (1986).
- LYOTARD, Jean-François. *La condición postmoderna: Informe sobre el saber*. Madrid: Cátedra, 1986 (1979).
- MANOVICH, Lev. Instagram and contemporary image. 2016. Disponible en: <<http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image>>.
- MANOVICH, Lev. *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Paidós, 2005.
- MEDINA, Cuauhtémoc. Contemp(t)orary: once tesis. *Revista de la Escuela de Arquitectura de la Universidad de Costa Rica*, v. 2, p. 2-11, 2012.
- NEGROPONTE, Nicholas. *Ser digital*. Buenos Aires: Editorial Atlántida, 1996 (1995).
- SCOLARI, Carlos A. *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto, 2013.
- SCOLARI, Carlos A. *Hipermediaciones: Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa, 2008.
- SIBILIA, Paula. *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2008.
- SLIMOVICH, Ana. La mediatización de lo político. In: *La interfaz entre lo político y lo informativo en la mediatización televisiva y las redes sociales en las cam-*

- pañas argentinas de 2009 y 2011*. 2016. Tesis de doctorado inédita. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- SMITH, Terry. *¿Qué es el arte contemporáneo?* Buenos Aires, Siglo XXI, 2012 (2009).
- STRÖMBÄCK, Jesper. Four phases of mediatization: An analysis of the mediatization of politics. *International Journal of Press/Politics*, v. 13, n. 3, p. 228-246, 2008. Recuperado de: <<http://hij.sagepub.com/content/13/3/228.short?rss=1&ssource=mfr>>.
- VALDERRAMA, Miguel. *¿Qué es lo contemporáneo?* Actualidad: Tiempo histórico, utopías del presente. Santiago de Chile: Universidad Finis Terrae, 2011.
- VAN DIJK, José. *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*. 1. ed. Buenos Aires: Siglo Veintiuno, 2016.
- VERÓN, Eliseo. Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. *Matrizes*, v. 8, n. 1, p. 13-19, 2014. Disponible en: <<http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/561>>.
- VERÓN, Eliseo. *La semiosis social, 2: Ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós, 2013.
- VERÓN, Eliseo. Mediatización de la política: estrategias, actores y construcción de colectivos. In: MERCIER, Arnaud (coord.). *La comunicación política*. Buenos Aires: La Crujía, 2012 (2008). p. 63-72.
- VERÓN, Eliseo. El fin de la historia de un mueble. In: CARLÓN, Mario; SCOLARI, Carlos (ed.). *El fin de los medios masivos: El comienzo de un debate*. Buenos Aires: La Crujía, 2009. p. 229-284.
- VERÓN, Eliseo. Os públicos entre produção e recepção: os problemas para uma teoria do reconhecimento. In: ABRANTES, José Carlos; DAYAN, Daniel (ed.). *Televisão das audiências aos públicos*. Lisboa: Livros Horizonte, 2006. p. 113-125.

- VERÓN, Eliseo. El living y sus dobles: Arquitecturas de la pantalla chica. In: *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Norma, 2001 (1984). p. 13-41.
- VERÓN, Eliseo. Esquema para el análisis de la mediatización. *Diálogos de la Comunicación*, Lima: Felafacs, n. 48, p. 9-17, 1997.
- VERÓN, Eliseo. Mediatización, comunicación política y mutaciones de la democracia. In: *Semiosfera 2*, 1994, p. 5-36.
- VERÓN, Eliseo. Prefacio. In: *Construir el acontecimiento: Los medios de comunicación masiva y el accidente en la central nuclear de Three Mile Island*. Buenos Aires: Gedisa, 1987a (1981).
- VERÓN, Eliseo. El sentido como producción discursiva. In: *La semiosis social: Fragmentos para una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa, 1987b. p. 124-133.
- VERÓN, Eliseo. *Semiosis de lo ideológico y el poder/La mediatización*. Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, 1986.

As semioses da midiatização

The semioses of mediatization

Lucrecia D'Alessio Ferrara

Resumo: Considerando que esse Seminário e o debate propõem a análise das convergências que podem se estabelecer entre midiatização, transformação social e semiose, pondera-se que, do ponto de vista epistemológico, é necessário construir a distinção entre meios técnicos e meios comunicativos, cujas diferenças são responsáveis por notáveis epistemes muitas vezes confundidas, porque posicionam a comunicação sob a égide dos meios técnicos. Desse modo, salienta-se a diferença epistemológica que podemos encontrar entre “processos comunicativos” e “processos midiáticos” e, por hipótese, a possibilidade de considerar, entre eles, uma possível inversão das semioses e das suas contínuas ressignificações. Observando a diferença e inversão das semioses daqueles processos, é possível indagar: em que medida a midiatização pode ser importante vetor nos processos comunicativos e ponderável coadjuvante de uma possível transformação social? Midiatização pode ser autora de uma transformação social não expansiva, se considerada do ponto de vista quantitativo, mas ponderável qualitativamente como semiose processual e irregular, autora de outro corpo vivo.

Palavras-chave: Comunicação. Midiatização. Epistemologia. Semiose. Transformação social.

Abstract: Considering the analysis of convergences that are established between mediatization, social transformation, and semiosis proposed by this Seminar and debate, we think that it is necessary, from the epistemological point of view, to set up the distinction between technical means and communicative means, whose differences are responsible for remarkable epistemes that are often confused because they place communication under the aegis of technical means. Thus, we emphasize the epistemological difference that we can find between “communicative processes” and “mediatic processes” and, as a hypothesis, the possibility of considering among them a potential inversion of semioses and their continuous re-signification. Looking at the difference and inversion of the semioses of those processes, we ask to what extent mediatization can be an important vector in the communicative processes and a ponderable coadjutant of a potential social transformation. Mediatization may be the author of a non-expansive social transformation if considered from the quantitative point of view, but qualitatively ponderable as procedural and irregular semiosis, as author of another living body.

Keywords: Communication. Mediatization. Epistemology. Semiosis. Social transformation.

1. Uma epistemologia necessária

O tema proposto exige que nos detenhamos na análise de algumas bases epistemológicas, a fim de que possamos entender o modo como a midiatização pode processar sua semiose e, como possível consequência, produzir uma transformação social. Parece vital ter alguma clareza sobre a episteme da questão estudada e sua epistemologia, a fim de ser possível organizar as bases

cognitivas do conceito de midiaticização que, enquanto comunicação, interfere na cultura e nas associações humanas contemporâneas.

A epistemologia da midiaticização parte da natureza dos meios técnicos e do suposto modo dialogante que pode caracterizar suas concreções e justificar o estudo das articulações e transformações socioculturais que promove. No mundo contemporâneo, aquelas transformações são decorrências das tecnologias da informação, mas autorizam, também, o aparecimento de outro viés da comunicação, liderado por múltiplos sentidos que permitem entender como a natureza e a vida se desenvolvem através de um modo de ser comunicante, ainda que o impacto tecnológico as coloque sob o controle e domínio de dispositivos do capital agenciado pela tecnologia.

Embora as tecnologias interfiram sobre o modo como se dá o processo comunicativo, isso não quer dizer que elas o determinem ou que toda comunicação seja, nos nossos dias, sempre midiática. Considerar essa diferença é imprescindível para que a epistemologia não se transforme em simples artifício científico descritivo ou narrativo da ação midiática, voltada para o detalhe descritivo e/ou aplicativo de teorias e métodos explicativos, sem se dar conta de que o modo de ser midiático pode descobrir ou encobrir amplo território de definição do objeto da comunicação enquanto área científica. Ou seja, entende-se que a midiaticização pode atuar no cruzamento de processos tecnológicos, mas isso não quer dizer que todos os processos comunicativos sejam, de modo obrigatório, parcial ou estritamente midiáticos. Ou seja, estudar a midiaticização e desenvolver sua possível episteme exige entender seu papel, que, embora operando através de recursos midiáticos e/ou maquínicos, constitui outro paradigma a exigir que a epistemologia da comunicação ultrapasse afirmações ortodoxas sobre a determinação dos meios técnicos na sociedade contemporânea, para considerar não o que são ou quais são os vetores

midiáticos daquela sociedade, mas refletir sobre o papel dos meios técnicos na civilização que o homem contemporâneo está construindo. Ou seja, não se trata de propor uma midiaticização que conflua, de modo afirmativo, para uma definição totalizante da atuação técnica, mas de perceber como a técnica, construída pela invenção do homem, interfere, mas não determina, o mundo e a cultura que o envolve. A questão está, não em definir o que é midiaticização, mas em saber o que pode ser ou está sendo.

Desse modo, salienta-se a diferença epistemológica que podemos encontrar entre “processos comunicativos” e “processos midiáticos” e, por hipótese, a possibilidade de considerar, entre eles, uma possível inversão do crescimento das respectivas semioses e suas contínuas ressignificações.

Observando a diferença e inversão das semioses daqueles processos, é possível indagar: em que medida a midiaticização pode ser importante vetor nos processos comunicativos e ponderável coadjuvante de possível transformação social?

Rever a midiaticização sob a ótica de um contínuo processo de semiose exige distinguir os processos midiáticos daqueles comunicativos. Para essa revisão, é necessário considerar a relevância das consequências que decorrem da centralidade das mídias no cotidiano concentrado no tempo real, no ciberespaço, na velocidade, na aceleração dos sistemas reprodutivos e na metamorfose do trabalho produtivo que, embora imaterial e competitivo, invade, de modo especular, a vida pública e privada, enquanto modela uma subjetividade maquínica. Aquela revisão considera, sobretudo, que o contínuo processo de decorrências socio-culturais e cotidianas das tecnologias das mídias atinge, também, a semiose dos seus processos de significação e a evolução da cultura arquitetada pelo cotidiano humano.

Se o foco instrumentalizado do empirismo norte-americano esteve interessado em atingir um receptor

planejado para ser passivo e inerte, porque assim determinava a liderança de um emissor interessado em uma mediação simplesmente transmissiva, a inquestionável presença das mídias na sociedade contemporânea exige que a atenção epistemológica considere que o mundo pode reeditar a *phrónesis* grega ao propor a interação que, tecnológica ou não, lidera outro processo comunicativo.

Contrapõem-se processos midiáticos e processos comunicativos ou, em outras palavras, confrontam-se o biosmidiático (SODRÉ, 2002) e o biosinterativo.

2. Da epistemologia dos meios à epistemologia das interações

Naturalmente, a epistemologia dos meios encontra sua contraface na epistemologia das interações, ou seja, não se opõem, entretanto traçam caminhos diferentes que não podem ser confundidos, porque produzem epistemes distintas, se não conflitantes.

Se a epistemologia dos meios parece favorecer um viés socialmente legitimado porque decorre da *mass communication research* e seus achados ou descompassos empíricos, a episteme das interações opera em sentido inverso, porque deve estar atenta à diferença empírica e teórica que se estabelece entre processos midiáticos e comunicativos. Nesse sentido, é necessário perceber a diferença conceitual da comunicação envolvida nos dois casos, além de observar a diversidade dos respectivos objetos científicos.

Se, em meados do século XX, as experiências norte-americanas encontravam, nos meios, os instrumentos que garantiam a comunicação transmissiva geradora da notória simetria entre emissor e receptor, as tecnologias avançadas da comunicação contemporânea produzem outra temporalidade que, em velocidade e aceleração, surge empiricamente, como tempo real responsável pela construção de

um ciberespaço planetário: o mundo parece converter-se em técnica que demarca o cotidiano como realidade em fluxo, onde o estável e seguro está em crise, embora em rede. Tudo parece se reduzir a um tempo eternamente presente, no qual a aceleração não chega a demarcar a distinção dos espaços e dos tempos dedicados ao trabalho, ao lazer, às práticas individuais e coletivas do viver.

Tudo é imediato e tudo se equivale: tempos, espaços, vida, homens e afetos, e nada chega a completar a espessura da realidade, apesar da incessante necessidade de tudo reter na memória tecnológica dos registros digitais que, em quantidade, perdem sua relevância referencial. Tudo se registra, mas tudo se perde na memória de uma máquina.

Ante essa realidade dos processos midiáticos, há necessidade de perguntar de qual comunicação estamos falando ou tratando. Tudo leva a crer que o conceito de comunicação se transformou, porque ela se tornou maquínica e disponível para ativar todas as conexões caracterizadas pela convivência com os meios técnicos. De um lado, parece evidente que essa comunicação já nem mesmo transmite, porque sua mensagem se transformou na ação de entreter e preencher um inexistente ou precário tempo de ócio vazio. Por outro lado, é necessário considerar que está ultrapassada a célebre crise entre representação e representado que situava a realidade distante e separada pela imagem ou pela visualidade e passou a constituir a grande temática de análise pós-moderna como parâmetro teórico e empírico e nutriu a epistemologia das últimas ou das primeiras décadas do século XX e XXI, desenvolvida por autores como Baudrillard (1981); Virilio (1984); Sfez (1992); Luhmann (2004), nas datas das suas publicações originais.

Sem mensagens, entende-se mediação como consequência do cotidiano invadido pelas técnicas, porém, na sua semiose, a mediação pode ir além da tecnologia que, entretanto, exige ser considerada. Nesse sentido, Simondon é decisivo:

La cultura se ha constituido en sistema de defensa contra las técnicas; ahora bien esta defensa se presenta como una defensa del hombre, suponiendo que los objetos técnicos no contienen realidad humana. Querríamos mostrar que la cultura ignora en la técnica una realidad humana y que para cumplir su rol completo, la cultura debe incorporar los seres técnicos bajo la forma de conocimiento y de sentido de los valores. [...]La oposición entre técnica y cultura durará hasta que la cultura descubra que cada máquina no es una unidad absoluta, sino solamente una realidad técnica individualizada, abierta de acuerdo con dos caminos: el de la relación con los elementos, y el de las relaciones interindividuales en el conjunto técnico (SIMONDON, 2007, p. 31/162).

Ao lado das afirmativas que tendem a desmontar um conceito humanista da cultura, Simondon é ainda mais radical quando, ampliando a análise da influência sociocultural dos objetos técnicos, apresenta um conceito-chave para sustentar sua teoria da técnica: trata-se da transdução: *“el ser técnico evoluciona por convergencia y adaptación a si mismo; se unifica interiormente según un principio de resonancia interna”* (p. 42). Esse princípio constitui o elemento-chave para sustentar a matriz da tecnicidade e introduzir, além da técnica, outro conceito que parece interferir diretamente sobre o território epistêmico da mediação:

La máquina que está dotada de una alta tecnicidad es una máquina abierta, y el conjunto de máquinas abiertas supone al hombre como organizador permanente, como intérprete viviente de máquinas, unas en relación con otras. Lejos de ser el vigilante de una tropa de esclavos, el hombre es el

organizador permanente de una sociedad de objetos técnicos que tienen necesidad de él, como los músicos tienen necesidad del director de orquesta. [...]. Para que la representación de los contenidos técnicos se pueda incorporar a la cultura, es preciso que exista una objetivación de la relación técnica para el hombre (SIMONDON, 2007, p. 33/163).

Em uma análise abrangente da midiatização e tentando superar um estéril humanismo de oposição entre cultura, homem e técnica, é imprescindível considerar que a relação sociotécnica só se completa quando o homem consegue entendê-la como um poder que pode determiná-lo ou complementá-lo, operando, no primeiro caso, sua subversão ou, no segundo, sua conversão. Naquela análise, propõe-se outra cultura feita da unidade dos objetos técnicos que se encontram a serviço do homem, na medida em que ele os entende como ampliações ou ressonâncias inteligentes dele próprio.

Desfocar a matriz da midiatização, deslocando-a da técnica para o homem, parece constituir estratégia fundamental para que possamos entender o mundo contemporâneo feito de homens e objetos técnicos em fluxos de convergências, mas sem norma, controle ou hegemonia. Essa estranha mobilidade parece constituir uma chave perceptiva para que se consiga interpretar o que podemos entender por midiatização, que só pode ocorrer na fluidez com que apreendemos a transformação da sociedade a partir da técnica, embora sem determinismos ou submissões. Essa percepção exige que consideremos outras mobilidades que decorrem do mesmo fluxo, embora nem sempre seja evidente seu inexorável deslocamento. A realidade social midiatizada é aquela que incorpora, a partir da técnica, o fluxo das suas dúvidas, a fim de encontrar possíveis certezas também fluidas, embora sem determinações.

3. Interações em fluxo

Na abrangência do território técnico, verifica-se que, se a comunicação de massa invade o espaço privado sem qualquer permissão, os processos comunicativos que ocorrem como consequências dos meios técnicos, ou apesar deles, já acontecem no estranho espaço das redes que subverte ou neutraliza o domínio privado, para exibir-se como nova realidade sem lugar porque seu espaço apresenta uma ausência de construções físicas e geográficas politicamente definidas, embora se manifeste através do tempo real, difundido em dimensão e locais planetários:

O espaço de fluxos é a organização material das práticas sociais de tempo compartilhado que funcionam por meio de fluxos. Por fluxos, entendo as sequências intencionais, repetitivas e programáveis de intercâmbio e interação entre posições fisicamente desarticuladas, mantidas por atores sociais nas estruturas econômica, política e simbólica da sociedade (CASTELLS, 1999, p. 501).

Se as sequências técnicas são programadas à maneira de uma estrutura dominante, elas são também interativas, e essa diferença sustenta o fluxo das mediações que é móvel ao agenciar valores, comportamentos, hábitos, sociedade, economia, produção e reprodução do homem como força de trabalho em interatividade. Enquanto fluxo, aquele agenciamento é móvel e, como tal, é também relativo. Na relatividade desse fluxo, é urgente a revisão de certas que presidiram a epistemologia dos meios até recentemente; entre elas, encontram-se os conceitos de recepção, espaço público e norma agenciados não como conceitos epistêmicos, mas como hábitos que se manifestam em rede e interligados em dinâmica planetária e escalar.

Ao contrário e na contraface dos meios, as interações se transformam em mediações que se recortam

no plano da práxis diária que exige ser revista ou remodelada porque, nelas, já não existem transmissões ou mensagens que isolam um receptor passivo e apenas atento aos comandos de um líder emissor. Ao contrário, o espaço dos processos comunicativos tem seu acontecer marcado pelo espaço público virtual, no qual não há gestos ou enunciados autônomos:

Seu advento é equivalente ao fim da separação e até da distinção entre mídia audiovisual e mídia impressa, cultura popular e cultura erudita, entretenimento e informação, educação e persuasão. Todas as expressões culturais, da pior à melhor, da mais elitista à mais popular, vêm juntas nesse universo digital que liga, em um supertexto histórico gigantesco, as manifestações passadas, presentes e futuras da mente comunicativa. Com isso elas constroem um novo ambiente simbólico. Fazem da virtualidade nossa realidade (CASTELLS, 1999, p. 458).

Sem tempo e sem espaço, em que medida essa mediação assume vertentes sociais e públicas? Na contraparte da recepção, esse novo espaço é virtual, mas público; entretanto e paradoxalmente, não demanda consenso, exigindo que se reveja o conceito de esfera pública e sua capacidade de construção da opinião na vertente de Habermas (2003). Embora seja anterior ao conceito de mediação, o conceito de público parece ser capaz de interferir sobre o primeiro e exige ser retomado:

Havia um público na Idade Média? Não, mas havia feiras, peregrinações de multidões tumultuosas dominadas por emoções piedosas ou belicosas, cóleras ou pânicos. O público só pode começar a nascer após o primeiro grande desenvolvimento da invenção da imprensa no século XVI. O trans-

porte da força à distância não é nada, comparado a esse transporte do pensamento à distância (TARDE, 2005, p. 10).

Supera-se a antiga hermenêutica da esfera pública dos anos 60 do século XX, pois, agora, o espaço parece destituído de intenções: o receptor que deveria produzir consensos é substituído pelo público que, em rede, “é um padrão social, não um acúmulo de indivíduos isolados” (CASTELLS, 2003, p. 109), e as respectivas individualidades são marcadas por uma convergência de individuações sociais conectadas à técnica.

Essa condição confere à esfera pública a possibilidade de superar sua individualidade e, entendendo-a como articuladora da tecnicidade, compreende que ela difere da técnica e oferece outra lógica na qual se propõe não apenas a funcionalidade técnica, mas sua dimensão ou consequências sociais onde ressoam a invenção do homem e a eficiência técnica:

Si supusiéramos, por el contrario, que la individuación no produce solamente el individuo, no buscaríamos pasar de manera tan rápida a través de la etapa de individuación para llegar a esta realidad última que es el individuo: intentaríamos captar la ontogénesis en todo el desarrollo de su realidad, y *conocer al individuo a través de la individuación antes que la individuación a partir del individuo*. [...] el ser humano tiene la capacidad de comprender el funcionamiento de la máquina, por una parte, y de vivir, por la otra: se puede hablar de vida técnica como aquello que realiza en el hombre esta puesta en relación de las dos funciones. El hombre es capaz de asumir la relación entre lo viviente que es y la máquina que fabrica; la operación técnica exige una vida técnica y natural (SIMONDON, 2007, p. 9/143).

Se as estruturas dominantes interativas exigem a revisão dos conceitos de recepção e espaço consensual substituindo-os pelo público e pela esfera pública virtual, é na simbiose entre vida e técnica que podemos encontrar a possibilidade de revisão daquelas normas agenciadas pelo hábito. Além da individualidade sustentada pela norma de construção da identidade, o homem descobre que, na sua ontogênese, subjaz uma indefectível pré-individação geral que gera sua singular individuação, na medida mesma em que o pluraliza e o leva a descobrir-se indivíduo do mundo, detentor de outra identidade coletiva:

El individuo se individúa en la medida en que percibe seres, constituye una individuación a través de la acción o la construcción fabricadora, y forma parte del sistema que comprende su realidad individual y los objetos que percibe o constituye. La conciencia se convertiría entonces en un régimen mixto de causalidad y de eficiencia, ligando según este régimen al individuo consigo mismo y con el mundo. La afectividad y la emotividad serían entonces la forma transductiva por excelencia del psiquismo, intermedia entre la conciencia clara y la subconciencia, unión permanente del individuo consigo mismo y con el mundo, o más bien unión entre la relación del individuo consigo mismo y la unión del individuo con el mundo. [...] Los individuos son individuos de grupo como el grupo es grupo de individuos [...] el grupo no es tampoco realidad interindividual, sino complemento de individuación a gran escala que reúne a una pluralidad de individuos (SIMONDON, 2015, p. 311/379).

A mediação torna-se, portanto, elemento regulador das estruturas técnicas dominantes e agente das se-

mioses interativas que se processam entre os objetos técnicos e o homem, entre a sociedade e o mundo. Portanto, a mediação agencia a linguagem e a comunicação entre o singular individual e a singularidade coletiva. Porém, como entender essa semiose?

4. As semioses da mediação

No rastro realista dos processos que levam a individualização a percorrer a indispensável trajetividade entre o pré-individual e o meta-individual, observa-se, desde Simondon e, anterior a ele, em Peirce, que, na escalada de uma existência reativa de ações e reações rumo a uma lei geral, há um tempo cronológico de contiguidades constantes que constroem a regularidade dos fatos, rumo a uma norma e hábitos organizadores da perfeição lógica do mundo e manifestações da regular estabilidade que patrocinam uma semiose necessária. Nesse sentido e de modo pragmático, consideram-se semioses aquelas significações que emergem da singularidade reativa dos comportamentos, tendentes à edificação de normas e hábitos de ação. Nesse cenário de regularidades, a perfeição lógica do mundo encontra, na mediação, seu lugar cativo, na medida em que atua como termômetro da capacidade que leva o indivíduo a acionar uma lógica que, no mundo, se processa entre os meios, os homens, os objetos e as técnicas e são motores de condutas, normas e valores.

No percurso das inferências que permitem a mobilidade entre os conceitos de mídia, recepção, mediação, interação, circulação e público, a mediação parece sofrer intensa transdução e convergir para os conceitos de pré-individualização, individualização e transindividualização coletiva que superam o caráter de uma comunicação transmissiva. Nessa convergência, o elemento que mais interessa é a complexidade dos sistemas sociais que decorrem e se confundem com a própria mediação,

transformada em conceito-chave da comunicação contemporânea (VERÓN, 2014, p. 13).

Nesse sentido, é necessário observar que a mediação promove a abertura para considerar outros patamares de análise e, entre eles, a comunicação que, embora comum a todas as espécies vivas orgânicas e inorgânicas, encontra, na filogênese antropológica, outra matriz cognitiva e perceptiva que estabelece íntimas relações entre sensibilidade, mente, corpo, espaço e linguagem, inaugurando uma matriz cognitiva não antropocêntrica e mais complexa do que a filogênese comum a todos os seres vivos:

Tudo o que acontece no objeto da idéia que constitui a alma humana deve ser percebido pela alma humana: por outras palavras: a ideia dessa coisa existirá necessariamente na alma, isto é, se o objeto da idéia que constitui a alma humana é um corpo, nada poderá acontecer nesse corpo que não seja percebido pela alma (ESPINOSA, 1973, p. 151).

Na vigência desse paradigma antiantropocêntrico e sensível à unidade mente-corpo, chega-se à superação do simples contrato transmissivo do verbal tecnicamente performático, para considerar a própria natureza complexa do comunicar que, interativo, desconhece aquela monologia transmissiva, pois se processa como base essencial de todo gesto comunicante.

Considerando sua atualização pública, é necessário observar a linguagem que atravessa as mediações e lhes imprime o caráter de sentido que migra das mídias para as interações. Se para o homem a linguagem constitui matriz comunicativa que envolve, unidos, ideia, corpo e sentidos, não é possível reduzi-la ao caráter transmissivo; ao contrário, é indispensável perceber as diferenças que ocorrem com a linguagem ao interferir no modo como ocorre a comunicação e parece ser mais abrangente do que

a simples transmissão de mensagens imanentes. Entendida enquanto semiótica ou lógica dos signos, a linguagem estabelece a relação que se processa entre as mediações e, se os processos midiáticos podem patrocinar uma espécie de linguagem solitária que, através do domínio de um código, se encerra no solipsismo do indivíduo imerso na complexidade do seu ego subjetivo, os processos comunicativos que são, como vimos, a outra face dos meios geram os processos biointerativos.

Nesse outro bios, o modo de comunicar adquire relevância que exige ser considerada, a fim de que possamos atingir outro nível de análise e enfrentemos o papel das suas consequências como agente que une o homem a todas as espécies vivas. Nessa união, é necessário considerar a distinção que faz o homem senhor da capacidade de produzir e transformar linguagens enquanto possibilidades enunciativas, mas superam o código apoiado em um signo arbitrário ao se apresentar como valor geral no qual a comunicação interativa se apoia.

Superando aquele solilóquio de uma língua entendida como instrumento expressivo e/ou enunciativo dirigido à passividade de um receptor/massa, observa-se que o público apresenta a capacidade de transformar a linguagem que, produzida e usada coletivamente, é de natureza social e tendente à partilha que a faz solidária à experiência de todos e provedora daquela cooperação que se entende como semiose.

Produtores de incansável mistura entre meios, os processos interativos superam a semiose produtora de hábitos de pensar e agir para assumir, em processos contínuos, outra face lógica que patrocina constante resignificação de sentidos porque, refratários à norma, são gestores da relação coletiva, partilhada e, portanto, transformadora da própria sociedade em rede com a qual se conecta. Essa semiose constitui a própria pele comum que é sensível, pensante, social e distinta das semioses media-

tivas que, simétricas, são vetorizadas pela cumplicidade pragmática entre ação e reação e preditivas de crenças e hábitos. Se com as semioses mediativas estamos no território lógico das normas e leis da terceiridade e emergências reativas da secundidade, conforme o diálogo semiótico que caracteriza as categorias peircianas, na semiose dos processos de ressignificação dos sentidos e da linguagem, presenciamos a emergência de outro ambiente comunicativo constituído pela própria lógica contínua daquela semiose, constituído pela lógica contínua da semiose que se define pela ausência de normas e hábitos condutores dos comportamentos.

5. Da mediação à interação: semioses

Se, desde a civilização grega, entendermos a dimensão política da práxis e da techné, observaremos que a ontogênese da comunicação lhes confere dimensão social e pública. A comunicação contemporânea, marcada pela urgência e velocidade do tempo real, exhibe, como característica da sua natureza técnica, a exposição aos olhos do outro, ainda que simplesmente on-line. A autoimagem é transformada em visualidade que atua como elemento propulsor do aplauso ou da condenação públicos; ou seja, na dimensão social da comunicação, tudo fala publicamente e se transforma em exposição composta pelo modo como se apresenta e/ou se comunica, pois, se tudo é virtual, nada pode deixar de ser performativo enquanto visualidade. A mediação se comunica pela visualidade técnica que, na subjetividade estimulada pelo imaginário, tudo transforma em imagem que consolida aparências e pertencimentos naturais, sem que se evidencie, na relação entre representação e representado, um motivo de crise cultural e humana. A mediação promove, como consequência, que não nos deixemos atingir pelo modo como a visualidade técnica nos fabrica, ao contrário, cotidiana e trivial, a imagem técnica

já não agride o homem, porque ele já a entende como sua expansão natural e impregnada pelo eco da sua própria humanidade. Se, de um lado, o domínio da tecnologia como estratégia de um mercado consumista pode nos tornar anônimos ou autômatos, de outro lado, o espaço público e coletivo onde corpos e subjetividades planetárias se encontram é o lugar interativo da troca de experiências e constante resistência, embora se manifestem de modo singular em cada região do mundo.

A dimensão social e pública da comunicação transforma o singular pré-individual e individual em coletivo de singularidades inerentes a ela: nas sombras do sujeito surge outro indivíduo, agora voltado ao cultivo da sua singularidade coletiva e expositiva. Essa visualidade faz com que o espaço público se transforme em cena aberta para a emergência dos corpos investidos de força política que constitui a continuidade processual da sua semiose, ao mesmo tempo que o faz responsável pela transformação da comunicação que supera a redução transmissiva e surge como espaço privilegiado que assume, de modo talvez definitivo, seu papel ontogenético e sociopolítico. Para tanto, é necessário perceber como as semioses podem estar presentes entre mediações e interações e acabam por construir o próprio vetor fundamental das mediações:

La relación potencia/acto es antropogenética. Su ciclicidad afirma que cualquier molécula de nuestra experiencia, estando cargada de la irrepetibilidad inherente a todo aquello que ocupa lugar en la flecha del tiempo, reproduce en miniatura el origen de la especie. La recursividad de la antropogénesis (el ciclo) lejos de inhibir o paralizar la historia garantiza la mutabilidad y la irreparable contingencia (la flecha). Si la facultad del lenguaje fuese un código-libreto, antes que una potencialidad inarticulada, el origen no sería una condición permanente (VIRNO, 2013, p. 107).

Indo além da base verbal que parece ser o interesse principal de Paolo Virno, observa-se que, ao lado da linear contiguidade verbal marcada pela cronologia do tempo, encontram-se o círculo ou o volume que, ao apontarem para uma potência sem previsibilidades, se atualizam sempre como se novos fossem, contrapondo-se à permanência daquela contiguidade. Ou seja, as interações encontram-se em germe nas semioses mediativas e ambas são interatuantes, embora não se determinem mutuamente. Para entender essa diferença, parece indispensável perceber que entre mediações e interações se constroem distintas modulações de tempo e diferentes semioses.

Nesse sentido, é necessário considerar que o tempo assinala diferenças cognitivas, conforme se refira à previsibilidade mediativa e reativa que se constrói entre crenças, hábitos e ações ou contemple a imprevisibilidade de sentimentos/sensações de pura qualidade e difícil apreensão. Conforme Peirce (C.P. 5.395), é necessário produzir ideias claras e distinguir as diferenças cognitivas presentes nas dimensões do tempo que se estabelece entre contiguidade como aderência que contamina a funcionalidade do tempo cronológico experiencial reativo ou normativo e aquele tempo que, ao contrário da anterior cadeia cronológica, está sempre presente, fazendo-se e refazendo-se de modo indeterminado. Se as mediações são marcadas pela cronologia contígua das ações, reações, normas e hábitos com tendências previsíveis das primeiras para os últimos, as interações são lideradas por um processo contínuo e estranho à contiguidade do tempo linear que caracteriza as mediações (PEIRCE, C.P. 1.328). Passa-se da previsível semiose mediativa que organiza normas, ações e reações a uma semiose interativa com distintos vetores indeterminados de configuração semiótica irregular, imprevisível, embora em possível simultaneidade:

It would be a little less erroneous to say that we only know the potential through the actual, and only infer qualities by generalization from what we perceive in matter. All that I here insist upon is quality is one element of phenomena, and fact, action, actuality is another (PEIRCE, C.P. 1.419).

Mas em que consiste essa diferença ou quais são seus vetores?

6. Da semiose interativa à midiatização dos corpos

Quando a comunicação supera a dimensão linear que se registra no âmbito da técnica entendida na sua eficiência performática e transmissiva, observa-se que ela se concretiza pelo modo como, assumindo as potencialidades das características técnicas, ou talvez apesar delas, desenvolve-se enquanto midiatização de âmbito social e público. Essa dimensão constitui vetor do seu papel político e lhe confere outra dimensão epistêmica.

Porém, esse vetor é também o próprio agente da linguagem que, no auge da sua dimensão social, ultrapassa a visualidade anterior exigida pela exclusiva característica de experiência comunicativa que caracteriza a esfera pública, para assumir aquela semiose da qualidade tátil e sensível entre corpos que confere, àquele público, sua definitiva e inalienável dimensão ambiental, pensável e política.

Uma semiose tecnicamente midiatizada que, aderente ao diálogo de singularidades em cumplicidade, supera a simples linearidade enunciativa e mediativa, para produzir-se e reproduzir-se publicamente em radical metamidiatização da técnica e, definitivamente, distante do ilusório ufanismo performático, centrado na epifania produtiva dos meios. Uma midiatização realista que, sem se generalizar, acontece na efetiva singularidade comum a todos,

nos domínios do espaço e da ação públicos. Uma mediação heurística, construtora de um especial lugar epistemológico para a comunicação contemporânea e capaz de nos levar à evidência da irregularidade patrocinada por qualidades de sentimentos, enquanto testemunhos exclusivos do tempo presente e distantes da contiguidade dos hábitos e/ou das normas de conduta, embora vigilantes como continuidade emotiva e cognitiva (PEIRCE, C.P. 5.395).

Retomemos a hipótese que orientou esse trabalho: salientamos a diferença epistemológica que podemos encontrar entre “processos midiáticos” e “processos comunicativos” e, por hipótese, a possibilidade de considerar, entre eles, uma possível inversão do crescimento das respectivas semioses e das suas contínuas ressignificações.

Sob a égide daquela inversão, a relação dialógica que caracteriza a metamediação é agente de peculiar relação entre corpos e mentes, marcados pela dimensão globalizada e planetária do espaço público. Embora decorrente da pura qualidade de sentimentos, aquela relação é aderente à ontogênese da experiência e da troca, embora dominadas por sensações irregulares e sem determinações de objetivos ou metas a serem alcançadas.

Essa indeterminação faz com que aquela relação não seja aderente a um emocional subjetivo, ao contrário, é plural e coletiva, na medida em que se dispõe ao alerta de uma cognição heurística passível de ser partilhada. A percepção dessa subjetivação sem subjetividades emotivas é indispensável, para que seja possível a apreensão contínua da realidade vivida por mentes e corpos na mediação da troca pública e coletiva; instala-se uma alteridade ampliada da individuação em metaindividuação, disponível à experiência, embora sem previsibilidade das suas ocorrências, conforme a inferência contínua da semiose sob a tutela da qualidade de sentimentos e aderente à categoria de primeiridade fenomênica proposta por Peirce (C.P. 1.305).

Nessa midiatização de confluência entre espaços, tempos, mentes e corpos, surge outra epistemologia que precisa considerar a heurística cognitiva que se oferece na imprevisibilidade das interações ambientais públicas e coletivas. Anunciam-se processos de semioses interativas que patrocinam outro conhecimento daquela confluência cognitiva, responsável pela dimensão social de construção e descoberta do “self” metaindividual (COLAPIETRO, 2014, p. 88). Essa midiatização interativa pode ser autora de uma transformação social não expansiva, se considerada do ponto de vista quantitativo, mas ponderável qualitativamente como semiose processual e irregular, autora de outro corpo vivo em processo de midiatização indeterminado.

Referências

- BAUDRILLARD, Jean. *Simulacros e simulação*. Lisboa: Relógio D'Água, 1991.
- CASTELLS, Manuel. *A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.
- CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1999.
- COLAPIETRO, Vincent. *Peirce e a abordagem do self: uma perspectiva semiótica da subjetividade humana*. São Paulo: Intermeios, 2014.
- ESPINOSA, Baruch de. Ética II proposição XII. In: *Os Pensadores XVII*. São Paulo: Abril Cultural, 1973. p. 141-179.
- HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.
- LUHMANN, Niklas. *A realidade dos meios de comunicação*. São Paulo: Paulus, 2005.
- PEIRCE, Charles Sanders. *Collected Papers*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1931-1958. 8 v.

- SFEZ, Lucien. *Crítica da comunicação*. São Paulo: Loyola, 1994.
- SIMONDON, Gilbert. *El modo de existencia de los objetos técnicos*. Buenos Aires: Prometeo Libros, 2007.
- SIMONDON, Gilbert. La individuación a la luz de las nociones de forma y de información. Buenos Aires: Cactus, 2015.
- SODRÉ, Muniz. *Antropológica do espelho: Uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis: Vozes, 2002.
- TARDE, Gabriel. *A opinião e as massas*. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- VERÓN, Eliseo. Teoria da Midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. *Matrizes: Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo*, São Paulo: Ecausp, v. 8, n. 1, p. 13-19, jan./jun. 2014.
- VIRILIO, Paul. *O espaço crítico*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.
- VIRNO, Paolo. *Cuando el verbo se hace carne: Lenguaje y naturaleza humana*. Buenos Aires: Tinta Limón, 2013.

Circulação como valor: a vida póstuma das imagens transformadas em símbolos

Circulation as value: The posthumous life of images transformed into symbols

Ana Paula da Rosa¹

Resumo: Este trabalho se propõe a discutir a circulação como uma relação de valor onde o processo de significação, portanto, a semiose se manifesta. Para isso mobilizamos duas imagens emblemáticas como caso empírico: a fotografia do menino Aylan Kurdi e a imagem produzida pela TV Chape sobre a comemoração dos jogadores da Chapecoense ante a classificação para a final da Copa Sul-Americana, amplamente divulgada após o trágico acidente aéreo que vitimou 71 pessoas na Colômbia. Com base na hipótese de que a circulação se constitui em uma

1 Ana Paula da Rosa é jornalista, mestre em Comunicação e Linguagens (UTP) e doutora em Ciências da Comunicação (UNISINOS). Atualmente é docente e pesquisadora no PPG em Ciências da Comunicação da Unisinos na Linha de Mídiação e Processos Sociais. E-mail: anaros@unisinos.br

relação de valor (ROSA, 2016b), questiona-se: que processualidade permite que a imagem se configure em símbolo a partir de sua circulação? A imagem do “corpo morto” acentua sua possibilidade de fixação como crença? Para tentarmos responder a estas questões, iremos mobilizar aqui, além da análise empírica, os conceitos de circulação (FAUSTO NETO, ROSA, BRAGA, FERREIRA), semiose e símbolo (PEIRCE, KAMPER), além de totemismo (ROSA, CASSIRER, DURKHEIM), dentre outros.

Palavras-chave: Imagem. Mídia. Jornalismo.

Abstract: This paper proposes to discuss circulation as a relation of value where the process of meaning, therefore semiosis, is manifested. For this we mobilize two emblematic images as an empirical case: the photograph of the boy Aylan Kurdi and the image produced by TV Chape about the celebration of Chapecoense’s soccer players due to the team’s qualification for the final of the South American Cup, widely publicized after the tragic air crash which killed 71 people in Colombia. Based on the hypothesis that circulation is a value relation (ROSA, 2016), we ask: what is the processuality that allows the image to be configured into a symbol based on its circulation? Does the image of the “dead body” accentuate its possibility of becoming fixed as a belief? In order to try to answer these questions, we will mobilize here, in addition to empirical analysis, the concepts of circulation (FAUSTO NETO, ROSA, BRAGA, FERREIRA), semiosis and symbol (PEIRCE, KAMPER) as well as totemism (ROSA, CASSIRER, DURKHEIM), among others.

Keywords: Image. Mediatization. Journalism.

1. O contexto da imagem em um cenário de mediação

A palavra imagem já recebeu inúmeros significados e todos parecem apenas dimensionar a sua incomple-

tude. Às vezes, o termo é empregado como uma figura que representa algo ou a reprodução óptica de um objeto, resultante da reflexão ou refração dos raios luminosos dele emanados. Poderíamos dizer, assim, que as informações que nos chegam aos olhos podem ser absorvidas como imagens. No entanto, será que podemos tratar as imagens apenas na sua dimensão de captura? Certamente, estamos imersos em imagens, principalmente, nas mentais que nos acompanham inclusive quando fechamos os olhos, o que Italo Calvino (1997) chama da capacidade de “ver com os olhos fechados”. As imagens mentais talvez nunca se materializem, mas formam o nosso imaginário. Edgar Morin (1997) vai compreender o imaginário como sendo uma estrutura que é, ao mesmo tempo, antagonista e articuladora do real.

Sem entrarmos no debate de que real é esse, o que queremos destacar aqui é que, ao lado das imagens invisíveis (endógenas), temos as materiais, que se exteriorizam. As imagens materiais, como as jornalísticas, por exemplo, atribuem uma espécie de concretude a ideias, fatos e acontecimentos. Porém, a relação entre imagens endógenas e exógenas é atravessada por afetamentos múltiplos, isto é, uma imagem material pode passar a integrar o repertório iconográfico do indivíduo, constituindo-se em uma imagem imaterial. Já as imagens endógenas também podem ser externalizadas, muitas vezes, a partir de produções dos sujeitos ou evocadas por meio de publicações como as jornalísticas ou a arte. Se as imagens são atos criativos a partir de uma imaginação socializada, podemos compreender que tais produções são textos culturais que se articulam com base em códigos reconhecidos e partilhados. Isso nos leva a considerar que o imaginário é um produto da cultura, constituído a partir de imagens mentais e também, principalmente, das técnicas.²

2 Neste trabalho adotamos o termo imagens técnicas a partir de Vilém Flusser.

É nesse cenário de hibridização das imagens técnicas e das mentais que os processos de mediação se realizam, configurando uma nova ambiência (GOMES, 2017) que transforma as práticas sociais a partir de protocolos sociosemióticos. Nesta ambiência, produtores e receptores atuam como cogestores da cultura, implicando novos modos de pensar, ver, produzir e compartilhar imagens. É importante destacar o que estamos entendendo por mediação neste trabalho. Em nossa visão, a partir de Ferreira (2007), a mediação é a articulação entre os processos sociais e os midiáticos que se realiza no âmbito dos dispositivos midiáticos. Os dispositivos são pontos de intersecção e, no caso das imagens, são fundamentais, uma vez que estas são produzidas, compartilhadas e replicadas em espaços vinculados a instituições midiáticas, mas também de atores sociais. A imagem material depende do aparato³ para sua realização e também do dispositivo ou do meio para sua visibilidade.

Consideramos que a mediação transforma o modo de compreender a comunicação, pois esse processo histórico, que se desenvolve com o próprio homem, se acentua no século XX, com a ampliação das oportunidades de acesso aos meios, aos aparatos, aos dispositivos. Além disso, a cultura da mídia, antes restrita aos meios de comunicação tradicionais e consolidados, se expande e se imiscui no tecido social. Isso nos leva a observar que o domínio das lógicas midiáticas, que incorrem em usos, práticas e até mesmo apropriações (PROULX, 2014), é propiciado pelas tecnologias e pela postura proativa do indivíduo, derivada do próprio contexto social vigente que instiga interações. É válido destacar, contudo, que a sociedade ainda se encontra em vias de mediação, na expressão de José Luiz Braga, uma vez que não há finitude

3 Consideramos aqui que o acesso aos aparatos, como câmeras fotográficas, filmadoras e celulares, já indica uma intensificação da mediação, pois tais objetos são mobilizados para a circulação das imagens produzidas.

do processo; ao contrário, cada vez mais ele se expande, gerando aproximações e distanciamentos, acessos e não acessos, equilíbrios e defasagens, mais oferta de imagens, mais reiteração de um número diminuto, proliferação e restrição.

Tais díades são especialmente provocativas e, tendo-as como horizonte, partimos, nesse artigo, da perspectiva de que a midiatização é em essência complexificação das relações sociais e, conseqüentemente, da produção de sentido derivada. Se, de um lado, os atores sociais ascendem aos meios, de outro, os meios tradicionais, aqui voltados para os jornalísticos, buscam realizar uma espécie de chancela do visível. Essa disputa é essencial para compreender a oferta e circulação de sentidos a partir das imagens que nos rondam. O pressuposto aqui defendido é o de que as fotografias e vídeos convocam estruturas profundas do social, acionando as imagens interiores. Ao serem apresentadas na paisagem circulatória, passando por um processo de valorização, estas imagens se autonomizam, passando a se constituir nos próprios acontecimentos, de tal modo que a referência passa a ser a imagem socializada.

Ante o exposto, este trabalho se propõe a discutir a circulação como uma relação de valor que permite a dinamização do processo de significação, portanto, a semiose. Para isso, mobilizamos duas imagens emblemáticas como caso empírico: a fotografia do menino Aylan Kurdi e a imagem produzida pela TV Chape, sobre a comemoração dos jogadores da Chapecoense ante a classificação para a final da Copa Sul-Americana, amplamente divulgada após o trágico acidente aéreo que vitimou 71 pessoas na Colômbia. Com base na hipótese de que a circulação se constitui em uma relação de valor (ROSA, 2016b), questiona-se: **que processualidade permite que a imagem se configure em símbolo a partir de sua circulação? A imagem do “corpo morto” acentua sua possibilidade de fixação**

como crença? Para tentarmos responder a esta questão, iremos mobilizar aqui, além da análise empírica, os conceitos de circulação, semiose e símbolo, além de totemismo a partir de aportes teóricos como Ferreira, Fausto Neto, Peirce, Baitello Jr., Kamper, dentre outros.

2. A circulação como valor, dinamizadora da semiose

Falar de circulação implica tensionar os papéis de produção e reconhecimento, tidos como elementos fundantes do processo comunicacional. Para Verón (2004), todo o processo de produção de sentido, logo a semiose, se realiza envolvendo estas instâncias, sendo que aquilo que ocorre entre uma e outra pode ser entendido como circulação. No entanto, esse momento invisível no tempo, aparentemente irrecuperável, tornou-se hoje central para os estudos em mediação e da própria comunicação, porque nos permite entender o sentido em seu movimento e dinamicidade, principalmente quando diz respeito às imagens. Catapultadas ao espaço da circulação, são elaboradas, reelaboradas, replicadas, acrescidas de novos significados. Isso revela um trabalho intenso realizado pela linguagem, pelos dispositivos, mas especialmente de valorização entre as instâncias comunicativas que se hibridizam.

Nesse aspecto, ocorre um intrincado jogo interacional onde, para Fausto Neto (2013, p. 47), “a técnica, em de vez produzir ampliação das distâncias entre produtores e receptores, trata de encurtá-las, reunindo-as agora na forma de contatos”. Esses contatos geram acoplamentos discursivos, modificando a produção do sentido. Tais contatos e acoplamentos são o que nos interessa aqui, uma vez que consideramos possível identificar nas marcas das materialidades, como as fotografias e vídeos, traços dos movimentos de circulação. No caso do menino

sírio, buscando refazer os caminhos e acionamentos entre a publicação das primeiras imagens do menino até as imagens veiculadas em 2016, na web, sobre o mesmo tema e que determinam uma circularidade da imagem primeira. Já no caso da Chapecoense, o vídeo produzido de modo institucional pelo Clube passa a ser divulgado em pluri-dispositivos a partir do acidente, chegando a ser imitado em forma de homenagem na Colômbia. Isso nos permite recuperar seu percurso de visibilidade. O foco aqui é verificar nos rastros a produção de sentido, portanto o que A. J. Greimas e J. Courtés (2012, p. 447) entendem por semiose. Para os autores, a semiose é “a operação que ao instalar uma relação de pressuposição recíproca entre a forma da expressão e do conteúdo – ou entre o significante e o significado – produz signos: nesse sentido qualquer ato de linguagem, por exemplo, implica uma semiose”.

Apesar das perspectivas diferenciadas em termos semióticos, Charles Sanders Peirce destaca que a tríade signo-interpretante-objeto⁴ só alcança o significado quando atualizada no processo semiótico.

Um signo, ou representamen, é aquilo que representa algo para alguém, em algum aspecto ou sentido. Dirige-se a alguém, quer dizer, cria na mente de uma pessoa um signo equivalente ou, talvez, um signo mais desenvolvido. Ao signo que é criado chamo interpretante do primeiro signo. O signo representa algo, seu objeto. Representa o objeto, não em todos os sentidos, mas em referência a um tipo de ideia, que em alguns casos havia chamado terreno (ground) da representação (PEIRCE, 1931-1966, p. 228).

4 A tríade signo-interpretante-objeto pode ser entendida como uma relação entre: signo (representamen), que é o que representa alguma coisa para alguém. Já o interpretante é o segundo signo criado, na mente da pessoa, portanto, a referência. Já a coisa representada é o objeto. Estas definições podem ser vistas em TEIXEIRA COELHO NETO, 2001.

A semiose, aqui, se refere a essa criação mental, portanto, a uma forma de significado. Cada interpretação, porém, permite uma multiplicidade de conexões, o que sugere a semiose como sendo infinita, sempre incompleta, já que um signo dado se converte, por sua vez, em outro signo, acionando a interpretação de um signo precedente. Essa circularidade é o que Eco (1995, p. 198) entende por semiose. “Esta circularidade contínua é a condição normal da significação e permite, inclusive, que os processos comunicativos utilizem signos para mencionar coisas e estados do mundo.”

A partir disso, nossa percepção é a de que a circulação é, essencialmente, a dinamização da semiose, pois toda relação entre produção e reconhecimento resulta de uma criação mental a partir de signos anteriores. Sobre a circulação, especificamente, nossa visada é de que, apesar da intensificação das divergências entre as instâncias em jogo, evidencia-se uma possibilidade de constituição de elos por meio de práticas tecnodiscursivas. Estes elos não implicam a unificação da produção do sentido, o que seria impossível tendo em vista que a semiose é infinita, mas a percepção de que há questões de pertinência social partilhadas tanto pela produção como pela recepção que levam adiante o fluxo interacional, produzindo o que Braga (2012) chama de circuitos.

As imagens do menino Aylan Kurdi ou da Chapecoense constituem circuitos interacionais, uma vez que, a cada nova publicação, outras elaborações, tensões, confirmações são realizadas. Neste aspecto, torna-se crucial para nós a ideia de que a circulação se constitui como um espaço de atribuição de valor. Obviamente não se trata de um espaço físico, isolado e autônomo, mas de um processo de reconhecimento de um valor, pois as imagens somente seguem novos circuitos se forem percebidas como significativas e relevantes.

Deste modo, entendemos que há um jogo pela constituição do visível que leva em conta o fato de que, na midia-

tização, tanto produção como reconhecimento possuem condições de desenvolver práticas enunciativas valendo-se de dispositivos midiáticos. A fotografia do menino aparece, é inserida em dispositivos jornalísticos e disponibilizada na web, passa a ser replicada em dispositivos de atores sociais e amplia formas de acesso, reingresso. Mesmo as publicações questionadoras da imagem primeira ratificam sua força. No caso do vídeo da Chapecoense, após o acidente o produto audiovisual que estava disponibilizado na web é inserido em espaços jornalísticos, apropriado por atores sociais e compartilhado em inúmeros dispositivos, atribuindo a ele um poder de pregnância perante outras imagens, inclusive as do próprio local do acidente. Assim, consideramos que esse percurso entre aparecimento – valorização na interação – replicação fomenta a autonomização da imagem em relação ao próprio acontecimento, sendo que as remissões feitas a ele são, na verdade, feitas em relação à imagem.

Podemos dizer, deste modo, que não se trata da crise da imigração, do acidente vitimando dezenas de pessoas, mas da transformação do menino ou dos jogadores em imagem-símbolo, em emblema. A construção simbólica se efetiva, aparentemente, por dois aspectos: a) essa imagem convoca um laço social profundo, que mobiliza as imagens endógenas, presentes no imaginário coletivo e b) a partir da intensa valorização realizada, tanto por instituições jornalísticas como atores sociais por meio de interações, a imagem é perpetuada em novas inscrições na circulação, inclusive com a produção de imagens novas que reiterem as primeiras.

Portanto, não são apenas os materiais que são reiterados, mas as imagens “acionam a circulação e encontram um espaço onde produção e reconhecimento estão em condições de igualdade para endossar ou rejeitar estas imagens, ainda que convivendo com as múltiplas defasagens” (ROSA, 2016b). Nesse cenário, os dois elos do

processo comunicacional se hibridizam para determinar aquilo que deve ser visto.

3. O símbolo: tensões entre reiteração e valorização

A construção simbólica ou a transformação de imagens em símbolo de acontecimentos não é um processo novo, mas verifica-se que esse processo vem sendo atravessado, também, pela midiatização, em especial pelos movimentos de circulação intra e intermediáticas. A circulação intramediática é esta que se realiza apenas dentro dos limites do dispositivo, já a intermediática propicia relações múltiplas, de ida e volta, entre vários dispositivos diferentes, sejam eles jornalísticos ou não. Carlón (2016) fala dos intrassistemas e intersistemas, sendo o primeiro realizado no âmbito de um único sistema, como o massivo, por exemplo, e o segundo ancorado na relação entre sistemas, como o *broadcast* e os digitais. Neste trabalho, fazemos uma aproximação entre estes dois conceitos, considerando que a circulação, em especial a intermediática, aciona também uma processualidade intersistemas, pois o fluxo produzido a partir de uma imagem matriz se propaga tanto em espaços jornalísticos como de sujeitos individuais midiatizados. Para além desse aspecto, a construção simbólica, hoje, passa inegavelmente pelo acesso dos sujeitos ao espaço midiático. Isso implica dizer que, durante muitos anos, os meios de comunicação tradicionais faziam (ou tentavam fazer) a definição do que deveria ser visto, do que seria considerado como simbólico, uma vez que a configuração dos argumentos estava sob seu poder.

Em uma sociedade em vias de midiatização, esse poder é partilhado, ainda que não nas mesmas proporções entre instituições jornalísticas, atores sociais e instituições não midiatizadas. Como afirma Carlón (2012, p. 177), mobilizando Scolari (2008), é preciso distinguir

na ambiência do digital o estatuto sociotécnico e as consequências sobre a produção de sentido, uma vez que os sujeitos podem operar os dispositivos. Este aspecto é importante para a discussão do símbolo, uma vez que este se refere a um objeto que é denotado em virtude de uma associação de ideias, o que demanda uma convenção social. Além disso, Peirce defende também que o símbolo depende de um hábito, convenção ou disposição natural. Retomamos estes aspectos, aqui, para reforçar nossa ideia de que o símbolo, hoje, é constituído na circulação, isto é, pela relação entre produção e reconhecimento, que valorizam, em conjunto, determinadas imagens.

Deste modo, uma imagem eleita pelas mídias, pelos vários critérios já comentados, só é alçada à categoria de símbolo do acontecimento, passando a constituí-lo, por meio de movimentos de circulação (valorização) intermediática, ou seja, por processos que se transformam pela produção, consumo, reinscrição em dispositivos midiáticos diversos, e que resultam na alteração do espaço de circulação. Assim, a força simbólica está diretamente ligada às lógicas empregadas para fazer as imagens perdurarem no tempo, para além dos acontecimentos a que se referem. Estas lógicas podem ser desmembradas em seis etapas visíveis dentro do processo de distribuição: **APARECIMENTO / OFERTA - APAGAMENTO / DESAPARECIMENTO - REAPARECIMENTO - REPLICAÇÃO - RESTRIÇÃO - TOTEMIZAÇÃO** (ROSA, 2012, p. 288).

É preciso destacar que a repetição de uma imagem não significa que esta será transformada em símbolo. Para além das imagens em “eco”, a criação do símbolo passa, necessariamente, por uma espécie de restrição. Esta é um resultado da replicação, pois, quando uma imagem é ins-

crita demasiadamente na circulação, a referência deixa de ser o acontecimento e passa a ser a própria imagem midiaticizada anteriormente, constituindo-se no fenômeno de autorreferencialidade midiática e no que chamamos de fagia social (ROSA, 2016a). Significa, deste modo, que uma imagem é alçada à categoria de símbolo quando, por sua valorização e conseqüente replicação ou consumo, em dispositivos jornalísticos e, principalmente, de atores individuais, acaba por restringir o acesso de outras imagens existentes ao espaço midiático⁵, resultando, como conseqüência, na restrição da interpretação e da existência de outras imagens. É exatamente essa imagem autorreferencial que se torna símbolo e, nestes casos, totem.

Nos termos de Durkheim (1996), a estrutura da sociedade é mediada e idealmente condicionada, sendo o totemismo a projeção externa de certos laços sociais internos, uma vez que o totem é “um signo através do qual um objeto é rotulado como significativo”. Aqui, entende-se que os signos rotulados como significativos são as próprias imagens, que ordenam o social a partir do momento em que os fatos são transformados em acontecimento midiático e, posteriormente, passam a pertencer aos processos midiáticos, gerando interações múltiplas.

Em outras palavras, o símbolo é a criação de um terceiro no e pelo campo configurado no processo de circulação. Este terceiro aqui mencionado se reporta à tríade de Peirce (2003), em que um símbolo demanda certa convenção. Essa convenção se dá no âmbito dos dispositivos midiáticos por meio de uma construção conjunta, em interação ou em circuitos, levando em conta valores socioantropológicos já integrantes da cultura. Ressalva-se, porém, que o fato de considerarmos que o símbolo é um terceiro não significa que ele obrigatoriamente se limita à

5 O termo espaço midiático é adotado, aqui, não apenas para definir o espaço dos dispositivos jornalísticos, mas também o espaço de produção de materiais significantes de atores individuais e instituições que não possuem o jornalismo como seu fazer.

sua condição de signo. Ou seja, entendemos que o símbolo transcende o signo, ele não quer apenas representar algo, mas acionar estruturas mentais. Nesse sentido, Baitello Jr. (2005) destaca que o símbolo é formado por duas estruturas: a) o suporte, as imagens, que se estende para além do material (pode ser o traço, a imagem auditiva, performativa, visual) e b) o sentido inerente às complexas elaborações tecidas ao longo do tempo. Diante dessas colocações, podemos passar a olhar a condição de símbolo das imagens que integram o *corpus* deste artigo.

Nosso primeiro caso se refere à fotografia do menino sírio Aylan Kurdi produzida pela fotógrafa Nulifer Demir em 2015. O corpo da criança de apenas 3 anos foi encontrado na Praia de Bodrum, na Turquia, após o barco em que estava com a família naufragar. A imagem que traduz o desfecho da travessia rumo à Europa foi considerada uma das mais vistas no mundo. No mecanismo de pesquisa *Google* se encontram mais de 500 mil páginas sobre o tema, a maior parte delas com a replicação da foto de Kurdi. A fotografia da criança na beira do mar (figura 1), com o rosto voltado para a água, transformou-se em símbolo da tragédia síria, não apenas símbolo na concepção do senso comum, mas efetivamente a partir do momento em que passou a restringir o acesso de outras imagens ou a vincular-se como um emblema ou decalque sobre outros vídeos e fotografias que remetam à situação da crise imigratória.



Figura 01 – Fotografia que se fixou como símbolo da crise migratória. Fonte: Imagem de Nilufer Demir/Reuters disponível em: <http://www.theguardian.com/world/2015/sep/02/shocking-image-of-drowned-syrian-boy-shows-tragic- plight-of-refugees>

Esta restrição ocorre, de um lado, pela ampla oferta da imagem, em dispositivos múltiplos, de instituições jornalísticas, mas também em espaços de sujeitos midiáticos que publicaram a fotografia, inclusive com closes, em seus blogs, páginas de Facebook e outros espaços. Evidencia-se que, após a divulgação da imagem, ainda na web, antes mesmo das primeiras publicações jornalísticas, desencadeou-se um processo de valorização na circulação, ou seja, novos circuitos foram engendrados a partir do momento em que a imagem se tornou acessível. Mas o que estimulou a fagia social? Pode-se dizer que um dos aspectos centrais dessa imagem é o envolvimento afetivo que ela demanda. Podemos passar incólumes às questões políticas, mas, ao ver uma criança afogada, laços sociais e imagens imateriais são convocadas. Aylan Kurdi condensa todas as crianças sírias, de um lado, e, de outro, o direito à

infância. Isso gera uma ideia de pertencimento, ainda que a realidade seja, aparentemente, distante.

Implica, assim, a percepção de que a fotografia de Aylan Kurdi se torna símbolo porque percorre tanto a circulação intramidiática quanto intermediática, bem como a relação intersistemas. Ao mesmo tempo, o processo de valorização realizado tanto na produção como no reconhecimento resulta em uma proliferação de circuitos que, na maior parte dos casos, não tensiona a imagem, mas remete-se a ela. O sentido da fotografia de Aylan Kurdi é blindado, ainda que ocorram tentativas de ruptura, como no caso do jornal francês *Charlie Hebdo*. Tais tentativas, porém, são rechaçadas porque questionam a imagem primeira, mas esta perdura no tempo, exatamente porque passa a transcender o objeto que representa, demandando estruturas mentais já arraigadas no imaginário.

Quanto à semiose, especificamente, neste caso, observa-se que ela se manifesta para produzir sentidos, uma vez que estamos diante de uma matéria sensível que é transformada em discurso. Tal sentido é constantemente elaborado, reelaborado ao longo do tempo, principalmente quando novas imagens envolvendo os conflitos imigratórios ou na Síria são apresentadas. Tomem-se como exemplo as fotografias de Omran Daqneesh, 5 anos, localizado em Aleppo entre destroços de um prédio na Síria. A montagem (figura 2) produzida a partir de imagens veiculadas em dispositivos jornalísticos é amplificada nas mídias sociais de atores midiaticizados que complexificam o sentido, uma vez que reúnem em um mesmo quadro duas imagens distintas, mas que se sobrepõem. Além disso, o texto verbal: “Opções para as crianças sírias: ficar ou fugir” mobiliza a noção de choque, ou seja, do seio de nossa liberdade somos expostos à falta de alternativas, o que nos coloca, indiretamente, no centro de um debate sobre corresponsabilidade.

OPÇÕES PARA AS CRIANÇAS SÍRIAS



Figura 02 – Imagem produzida a partir de montagem de atores sociais. Fonte: Facebook. Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/quebrandootabu/>

O circuito, contudo, não se fecha apenas com a vinculação destes dois casos. A menina Aya, de 8 anos, também foi alçada à circulação por meio de sua imagem, produzida, dentro de um hospital na Síria, por ativistas. O vídeo da criança ferida em busca do pai foi automaticamente colado à imagem de Aylan Kurdi, que, mesmo não sendo reproduzida, adere aos fatos subsequentes na forma de texto verbal e de imagens imateriais. Isso nos leva a considerar que a força simbólica está vinculada, em certa medida, ao poder de fixação dessa imagem, sobretudo a partir das lógicas empregadas para sua valorização.

Neste mesmo sentido, passamos a observar o segundo caso que compõe o *corpus* deste artigo, o vídeo da TV Chape alusivo à comemoração da classificação para a

final da Copa Sul-Americana. As imagens foram produzidas alguns dias antes da queda do avião com a delegação na Bolívia. Após a confirmação de 71 mortes (entre jogadores, comissão técnica e jornalistas) no dia 29 de novembro, o vídeo da Chapecoense, que anteriormente tinha um viés interno, era apenas o registro da comemoração, passou a ser amplamente divulgado tanto em espaços de atores sociais como em meios de comunicação *broadcast*. No entanto, foi a instituição não midiática, Clube Chapecoense, que acionou os circuitos interacionais a partir do momento em que disponibilizou o vídeo para a circulação com a alegação de que “esta deveria ser a última imagem dos nossos guerreiros”. Foi transmitida em programas como Fátima Bernardes, Globo Esporte, Fantástico, Esporte Fantástico, Cidade Alerta e Brasil Urgente, entre outros. Já no YouTube é possível encontrar inúmeras postagens de atores sociais que reproduziram em seus canais as imagens da Chapecoense. Nestas postagens encontram-se comentários como “vai ter um jogo no céu de heróis”.

O vídeo dos atletas em comemoração também se transformou em símbolo, pois passou a representar o acontecimento em si, os próprios atores presentificados. Obviamente, neste caso, muitas imagens do local do acidente, de momentos anteriores à queda do avião, do velório coletivo e enterro foram veiculadas, mas as imagens dos atletas felizes passaram a ser acrescidas nas reportagens de TV, gerando uma proliferação de compartilhamentos nas redes sociais. Não se trata, então, de negar a existência de outras imagens, mas de eternizar os jogadores como heróis por meio de uma reiteração uníssona. Esta reiteração é um exemplo da fagia social e também da midiática⁶, pois neste acontecimento uma remeteu à outra.

Ocorre que esse unísono, portanto, essa con-

6 A fagia midiática, segundo Rosa (2016a), é aquela em que as instituições midiáticas jornalísticas se valem de conteúdos produzidos por atores sociais ou instituições não midiáticas, mas que são adequadas conforme os enquadres do jornalismo.

venção estabelecida pelo processo de valorização destas imagens, se deu também em dispositivos múltiplos, da instituição não midiática aos atores sociais de modo intermediário e intersistemas. Desta forma, a consolidação dos atletas como guerreiros, heróis do país, impede construções contrárias ou tensionadoras como as que alegam que se trata de um oportunismo, inclusive de instituições jornalísticas por audiência, uma vez que antes da tragédia o clube catarinense não tinha visibilidade nacional. Para além do jornalismo tradicional, chamaram a atenção as postagens do portal Catraca Livre, um site de notícias de humor, que cobriu o acontecimento com manchetes como “Jogadores fazendo selfie” e “10 fotos de pessoas em seu último dia de vida”. Os autores do portal foram duramente criticados, pois as imagens de alegria e comemoração foram usadas de outro modo, tentando romper com a eternização dos heróis. Estas produções alternativas foram impedidas de circular, vetadas com comentários de atores sociais como “Em homenagem aos falecidos no acidente do Chapecoense e seus familiares, eu descurto o Catraca Livre”. Isto reforça a ideia de que o sentido das imagens da Chapecoense é blindado, assim como o de Aylan Kurdi, para fixar a imagem primeira. Esta transcende o objeto que representa e apela aos laços sociais profundos, portanto, configura-se em símbolo e totem.

Com relação à semiose, neste caso, verificamos que a circulação também potencializa ou dinamiza a produção de sentidos, pois o jogo entre produção e reconhecimento é consequência de uma criação mental a partir de signos anteriores. A definição dos atletas como heróis remete ao país do futebol, à carência de heróis nacionais, à dor da perda; tais elementos geram também um pertencimento. São jogadores de um clube, mas que, a partir de sua morte, são imortalizados coletivamente. Destaca-se que, assim como no caso do acidente da Chapecoense, em que outros acidentes anteriores com equipes de futebol foram reme-

morados, a imagem da comemoração dos atletas ante a final da Copa Sul-Americana apresenta uma força simbólica, que fixa a imagem no imaginário coletivo, a partir das estratégias de valorização utilizadas.

E, para ratificar o poder dessa imagem, o clube Atlético Nacional de Medellín, com que a Chapecoense disputaria a final da copa, reproduziu a mesma cena, após a vitória sobre o Club Deportivo Los Millonarios, no dia 03/12/2016, em homenagem aos jogadores brasileiros. A homenagem (disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7PYxQIAf7eQ> e em outros canais) traduz a autorreferência midiática da imagem primeira, agora passível de imitação.

4. Considerações finais: quem vive mais, os homens ou os símbolos?

Os casos tratados neste artigo possuem pontos em comum: ambos são a figurativização de tragédias; suas imagens foram fortemente inseridas na circulação, tanto intra como intermediática, inclusive articulando sistemas como o *broadcast* e o dos atores sociais midiaticizados. A partir de nossa visada de que a circulação é uma relação de atribuição de valor, evidencia-se que tanto produção como reconhecimento agenciam trocas, estabelecem pontos de contato a partir do momento em que coproduzem, juntas, o sentido social. As imagens de Aylan Kurdi ou da comemoração dos atletas da Chapecoense são tornadas acessíveis, em configurações distintas, mas ambas passam a ser valorizadas, derivando circuitos, sempre adiante em termos de interações.

A fotografia jornalística ou o vídeo de registro são elaborados, hoje, para o agenciamento de novos fluxos na circulação. Isto é, já integra a lógica da própria produção que a imagem encontre um espaço de disputa, a circulação, onde será valorizada por atores sociais e instituições

jornalísticas em dispositivos midiáticos que usam e partilham. A imagem de Aylan Kurdi foi feita para ser disponibilizada e foi distribuída por agências de notícia, já o vídeo da Chapecoense é fruto de um trabalho do clube, que demonstra o domínio das lógicas de midiáticação durante a tragédia. Nas duas situações, a imagem primeira adquire um amplo potencial de visibilidade, determinando sua proliferação.

Retomando a pergunta inicial: que processualidade permite que a imagem se configure em símbolo a partir de sua circulação? A resposta não é tão simples, mas podemos inferir que a imagem só se torna símbolo quando é valorizada. Após eleita por diversos fatores, dentre os quais a qualidade da imagem, o apelo emocional e a capacidade de acionar imagens endógenas, percebe-se que o símbolo de um acontecimento se configura a partir do momento em que são mobilizadas estratégias de produção, consumo, inscrição em dispositivos midiáticos diversos, derivando em sua permanência na circulação. Assim, a imagem aparece, portanto, é ofertada, sendo imediatamente revalorizada na interação, no diálogo entre instituições jornalísticas e atores sociais. Tal imagem passa a pertencer à esfera do midiático, sendo replicada em circularidade, mesmo que ao lado de textos que apresentem outros sentidos. Essa relação de uma eterna presença, mesmo ante a ausência material, leva a uma restrição de outras imagens, que coexistem, mas que, por seu caráter de ruptura, são negadas.

Consideramos, aqui, que esta restrição leva às imagens-totens, portanto, ao impedimento de imagens concorrenciais, uma vez que as primeiras emanam um laço social, vinculações de pertencimento, assim como o totem das tribos primitivas também carregava. Não se trata de considerar estas imagens simbólicas como religiosas ou de culto, mas em alguma medida possuem um valor de exposição que as sacraliza. Tanto a do menino quando a do

time da Chapecoense se tornam autorreferenciais, isto é, a remissão é feita às imagens autonomizadas e não aos fatos em si. Observa-se a instauração de uma convenção social em torno da imagem, manifestada no âmbito dos dispositivos midiáticos. Essa convenção imagética, porém, intensifica a semiose, uma vez que permite novas conexões e significações, já que a semiose é infinita.

Nesse cenário, identificamos outra semelhança entre os dois casos aqui analisados: o fato de que ambos retratam a morte, o corpo morto. Aylan Kurdi é a morte na imagem e pela imagem, se pensarmos que a fotografia é a “ascensão de duplos e a queda de corpos”, como afirma Debray. Já o vídeo da Chapecoense tenta manter vivo um corpo morto, como se o duplo pudesse evitar ou postergar a morte. Trata-se de pensar: a imagem do “corpo morto” acentua a possibilidade de fixação como crença? Se observarmos que o corpo significante nas duas situações é explorado enquanto síntese de acontecimentos e metáfora visual, podemos considerar que a morte assume um status relevante como critério de noticiabilidade. Há crianças que conseguem fazer a travessia rumo à Europa, há jogadores que sobreviveram no acidente, mas sua potência enquanto imagem não se efetiva. Corpos vivos significam menos que corpos mortos? Dietmar Kamper (2016) indica que os novos procedimentos de geração de imagem mudaram nossa relação com o corpo; isso certamente é um dos reflexos da midiaticização. O autor (2016, p. 72) alerta para a transformação do corpo em uma imagem do corpo que nega essa diferença. “O imaginário assim produzido [...] substitui os corpos em sua realidade e deixa que eles se tornem inexoravelmente virtuais. [...] Aquele que despreza o corpo transformado em imagem maltrata também os corpos reais.”

Deste modo, as imagens dos corpos aqui objeto são os próprios corpos reais. Se os negarmos, estaremos questionando a dor das crianças sírias ou das famílias dos jogadores, mas, mais do que isso, estaremos negando nos-

sa própria condição. “Sob o pressuposto da modernidade, o homem é literalmente um produtor em pânico de imagens.” O pânico mencionado por Kamper (2016, p. 74) é a impossibilidade de fugir das imagens, uma vez que estas nutrem o imaginário. A grande diferença entre o corpo vivo e o corpo morto é que no primeiro caso fazem-se necessários tempos e lugares concretos e a experiência do sentir. Já no segundo, o que se realça é a distância. O corpo morto, inclusive recorrendo à produção imagética cristã, é um modelo que adentra a percepção. Ocorre, assim, uma dicotomia: produzem-se imagens de corpos vivos para postergar a morte; circulam imagens de mortos para valorizar a vida. Tem-se aí o desafio da vida póstuma das imagens transformadas em símbolos, que permanecem a perambular nos espaços midiáticos.

Referências

- BAITELLO Jr., Norval. *A era da iconofagia: ensaios de comunicação e cultura*. São Paulo: Hacker Editores, 2005.
- BAITELLO Jr., Norval. *A serpente, a maçã e o holograma: esboços para uma Teoria da Mídia*. São Paulo: Paulus, 2010.
- BAITELLO Jr., Norval; CONTRERA, Malena Segura; MENEZES, José Eugênio. *Os meios da incomunicação*. São Paulo: Annablume, 2005.
- BAITELLO Jr., Norval; GUIMARÃES, Luciano; MENEZES, José Eugenio; PAIEIRO, Denise (org.). *Os símbolos vivem mais que os homens: ensaios de comunicação, cultura e mídia*. São Paulo: Annablume, 2006.
- BELTING, Hans. *Pour une anthropologie des images*. Paris: Gallimard, 2004.
- BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais. In: JANOTTI Jr., J.; MATTOS, M. A.; JACKS, N. *Mediação & Midiatização*. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2012. p. 31-52.

- BRAGA, José Luiz; FERREIRA, Jairo; FAUSTO NETO, Antonio; GOMES, Pedro Gilberto (org.). *Dez perguntas para a produção de conhecimento em comunicação*. São Leopoldo: Unisinos, 2013.
- CALVINO, Italo. *Seis propostas para o fim do milênio*. São Paulo: Cia das Letras, 1997.
- CASSIRER, Ernest. *A filosofia das formas simbólicas: O pensamento mítico*. São Paulo: Martins Fontes, 2004.
- CARLÓN, Mario. *Después del fin: una perspectiva no antropocêntrica sobre la post-TV, el post-cine y Youtube*. Ciudad Autonoma de Buenos Aires: La Crujía, 2016.
- CARLÓN, Mario; FAUSTO NETO, Antonio. *Las políticas de los internautas: nuevas formas de participación*. Buenos Aires: La Crujía, 2012.
- CARLÓN, Mario; SCOLARI, Carlos. *El fin de los medios masivos: El comienzo de un debate*. Buenos Aires: La Crujía, 2009.
- DURKHEIM, Émile. *As formas elementares da vida religiosa*. São Paulo: Martins Fontes, 1996.
- ECO, Umberto. *The Role of the Reader: Explorations in the Semiotics of Texts*. Bloomington: Indiana University Press, 1995.
- FAUSTO NETO, Antonio. Como as linguagens afetam e são afetadas na circulação? In: BRAGA, José Luiz; FERREIRA, Jairo; FAUSTO NETO, Antonio; GOMES, Pedro Gilberto (org.). *Dez perguntas para a produção de conhecimento em comunicação*. São Leopoldo: Unisinos, 2013. p. 43-66.
- FERREIRA, Jairo. Notícia sobre as Ongs: uma conjuntura aberta pelos dispositivos midiáticos na web. In: FERREIRA, Jairo; VIZER, Eduardo (org.). *Mídia e movimentos sociais: linguagens e coletivos em ação*. São Paulo: Paulus, 2007. p. 133-148.

- GOMES, Pedro Gilberto. Novo modo de ser no mundo. In: GOMES, Pedro Gilberto. *Dos meios à midiaticização: um conceito em evolução*. São Leopoldo: Unisinos, 2017. p. 125-137.
- GREIMAS, J.; COURTÉS, J. *Dicionário de semiótica*. São Paulo: Editora Contexto, 2012.
- KAMPER, Dietmar. *Mudança de horizonte: o sol novo a cada dia*. São Paulo: Paulus, 2016.
- KLEIN, Alberto. Imagem: arqueologia e conceitos. *Significação*, São Paulo: Annablume, n. 23, p. 175-194, 2005.
- MORIN, Edgar. *O paradigma perdido: a natureza humana*. Lisboa: Europa-América, 1997.
- PEIRCE, C. S. *Collected Papers of Charles Sanders Peirce*. A cargo de Charles Hartshorne, Paul Weiss e Arthur W. Burks. 8 v. Cambridge (Massachusetts): Belknap, 1931-1966. v. 2.
- PEIRCE, C. S. *Semiótica*. São Paulo: Perspectiva, 2003.
- PROULX, Serge. Estudos de recepção em contexto de mutação da comunicação: rumo a uma quarta geração? *Questões Transversais – Revista de Epistemologias da Comunicação*, v. 1, n. 2, p. 83-90, jul.-dez. 2013. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/questoes/article/view/7660>>. Acesso em: 24 jun. 2015.
- ROSA, Ana Paula da. De reflexos a fagias: os níveis de circulação e apropriação midiática das imagens. In: CINGOLANI, Gaston; SZNAIDER, Beatriz (ed.). *Nuevas mediatizaciones, nuevos públicos*. Rosario: Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, 2016a.
- ROSA, Ana Paula da. Imagens em proliferação: a circulação como espaço de valor. In: *Anais do V Colóquio de Semiótica das Mídias*. Japaratinga, 2016b.
- ROSA, Ana Paula da. Atentado em looping: uma palavra que aciona uma imagem. *Revista Famecos*, v. 22, n. 4, p. 135-154, 2015. Disponível em: <

- revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/20992>. Acesso em: 20 ago. 2015.
- ROSA, Ana Paula da. Imagens-totens em permanência x tentativas midiáticas de ruptura. In: ARAUJO, Denize; CONTRERA, Malena (org.). *Teorias do imaginário*. Brasília: Compós, 2014. p. 28-50. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/teorias_da_imagem_e_do_imaginario.pdf>.
- ROSA, Ana Paula da. *Imagens-totens: a fixação de símbolos nos processos de midiatização*. Tese. Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2012. Disponível em: <<http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/3429>>. Acesso em: 28 out. 2017.
- ROSA, Ana Paula da. *Guerra de imagens: agendamento e sincronização social pela mídia*. Curitiba: UTP, 2008.
- SCOLARI, Carlos. *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa, 2008.
- TEIXEIRA COELHO NETTO, J. *Semiótica, informação e comunicação: diagrama da teoria do signo*. São Paulo: Perspectiva, 2001.
- VERÓN, Eliseo. *La semiosis social 2: ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós, 2013.
- VERÓN, Eliseo. Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. *Revista Matrizes*, v. 8, n. 01, p. 13-19, 2014. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/html/1430/143031143002/>>. Acesso em: 28 out. 2017.
- VERÓN, Eliseo. *Fragmentos de um tecido*. São Leopoldo: Unisinos, 2004.
- VERÓN, Eliseo. *A produção do sentido*. São Paulo: Cultrix, 1980.

TERCEIRA PARTE
RELIGIÃO E MEDIATIZAÇÃO

Stefan Bratosin
Luís Mauro Sá Martino
Pedro Gilberto Gomes

Medialização, espírito pós-neoprotestante e ética do capitalismo “afetivo”

Medialization, post-neo-Protestant spirit and ethics of “affective” capitalism

Stefan Bratosin

Professor titular, ARSIC-CORHIS EA 7400,
Université Paul Valéry Montpellier 3, França
Sbratosin.univ.montp3@gmail.com

Resumo: A ética pós-neoprotestante que é evidente nas sociedades “pós” – pós-apartheid, pós-soviética, pós-cristã –, mas não somente, é a ética de um neoprotestantismo remodelado no contexto do relativismo generalizado e da liquidez das instituições (BAUMAN, 2013) através do fenômeno de medialização (BRATOSIN, 2016). A partir dessas observações, este artigo formula a hipótese de que a ética pós-neoprotestante é uma ética fundada sobre o comportamento que, deixando pouco espaço para o pensamento

crítico (PAUL; BINKER, 1990; KING; KITCHENER, 1994; FISHER; SCRIVEN, 1997), abre caminho para a economia do afeto. A fim de testar essa hipótese, o artigo se apoia em uma abordagem comparativa entre as estratégias de comunicação da fé no espaço público e as novas estratégias econômicas de influência formatadas pela medialização como modelo interativo de comunicação pública. A análise segue, dessa forma, uma ótica weberiana “invertida”, a contribuição do sentido proveniente do religioso com impacto na orientação da atividade econômica.

Palavras-chave: Capitalismo afetivo. Comunicação da fé. Sociedade líquida. Medialização. Espírito pós-neoprotestante.

Abstract: L'éthique post néo protestante qui est manifeste dans les sociétés « post » – post apartheid, post soviétique, post chrétienté –, mais pas seulement, est l'éthique d'un néo-protestantisme remodelé dans le contexte du relativisme généralisé et de la liquidité des institutions (BAUMAN, 2013) au travers du phénomène de médialisation (BRATOSIN, 2016). A partir de ces observations, cet article forme l'hypothèse que l'éthique post néo-protestante est une éthique fondée sur un comportement qui laissant très peu de place à la pensée critique (PAUL; BINKER, 1990; KING; KITCHENER, 1994; FISHER; SCRIVEN 1997) ouvre la voie à une économie de l'affect. Afin mettre à l'épreuve cette hypothèse, l'article s'appuie sur une démarche comparative entre les stratégies de communication de la foi dans l'espace public et les nouvelles stratégies économiques d'influence façonnées par la médialisation comme modèle interactif de communication publique. L'analyse suivra donc, dans une optique webérienne « renversée », l'apport de sens provenant du religieux avec impact sur l'orientation de l'activité économique.

Motés-clés: Capitalisme affectif. Communication de la foi. Société liquide. Médialisation. Esprit post neo protestant.

1. Introdução

“A ética protestante” formulada por Weber (WEBER, 1904; 1905) corresponde à ética de um protestantismo remodelado em favor do racionalismo que Troeltsch (TROELTSCH, 1912) designará pelo termo “neocalvinismo”. Mais exatamente, a ética sobre a qual fala Weber é a ética de um protestantismo novo que começa sua maturação sociopolítica no começo do século XX e que se encontra em ruptura evidente com o “velho protestantismo”, segundo os próprios termos de Weber: “O velho protestantismo de Luther, Calvino, Knox, Voet não tinha francamente nada a ver com o que hoje chamamos de ‘progresso’” (WEBER, 2013, p. 22). Portanto, quando, em sua “ética neoprotestante”, Comaroff e Comaroff percebem os sinais de uma nova ética protestante e um novo espírito do capitalismo que fazem sentido no contexto da mundialização do século XXI (COMAROFF; COMAROFF, 2012, p. 77), eles apontam, na realidade, em direção ao que devemos chamar, e que eu chamo, de ética pós-neoprotestante. Esta ética pós-neoprotestante que é manifesta nas sociedades “pós” – pós-apartheid, pós-soviética, pós-cristã –, mas não apenas, é a ética de um neoprotestantismo remodelado no contexto do relativismo generalizado e da liquidez das instituições (BAUMAN, 2013) através do fenômeno de mediatização (BRATOSIN, 2016).

A partir dessas observações, formulo a hipótese de que a ética pós-neoprotestante é uma ética fundada sobre o comportamento que, deixando pouco espaço ao pensamento crítico (PAUL; BINKER, 1990; KING; KITCHENER, 1994; FISHER; SCRIVEN, 1997), abre caminho para a economia do afeto. A fim de testar essa hipótese, o artigo se apoia em uma abordagem comparativa entre as estratégias de comunicação da fé no espaço público e as novas estratégias econômicas de influência formatadas pela mediatização como modelo interativo de comunica-

ção pública. A análise segue, dessa forma, uma ótica weberiana “invertida”, a contribuição do sentido proveniente do religioso com impacto na orientação da atividade econômica. Quanto à restituição dos resultados, ela será feita em dois momentos. Em um primeiro momento, vou destacar a virtualidade (LÉVY, 1995) de uma nova ética afetiva nos lugares simbólicos da produção de sentidos da nova evangelização nas condições de reação instintiva pós-neoprotestante, induzida pelos dispositivos mediáticos utilizados pela comunicação da fé. Em seguida, em um segundo momento, vou discutir as atualizações socioculturais e econômico-políticas do agir ético pós-neoprotestante nos processos de capitalização das emoções.

2. Da medialização da fé adaptada às necessidades sentidas para a virtualização (virtualidade) de uma ética da reação instintiva

A evangelização neoprotestante e a “nova evangelização” católica têm um lugar comum evidente: a medialização da fé adaptada às necessidades sentidas. Essa observação empírica deve à comunidade fenomenológica duas evidências: a) a pregação neoprotestante que “quer ser uma mensagem para o coração [...] insiste nas experiências e [...] quer atender às necessidades sentidas pelos ouvintes” (BOUTINON, 2012) e (b) a clara mobilização do Vaticano, que – por ver nisso “uma profunda atenção egocêntrica, voltada apenas às necessidades individuais” e se desenvolver uma “cultura do efêmero, do imediato, da aparência, isto é, uma sociedade incapaz de ter uma memória e um futuro” – pede aos católicos “que tenham a audácia de participar dos *novos Areópagos*, aprendendo a dar uma avaliação evangélica, encontrando os instrumentos e métodos que podem ser ouvidos nesses lugares, que são

também hoje o patrimônio educativo e do saber, preservado na tradição cristã” (SECRETARIA-GERAL DO SÍNODO DOS BISPOS, 2012, p. 31-32). A questão, portanto, de distinguir entre a evangelização neoprotestante atual e a “nova evangelização” católica é – ao menos nessa perspectiva – não somente inútil, mas contraprodutiva metodologicamente, porque, no processo de medialização, essas duas evangelizações se tornam um corpo único e comum do mesmo modo transorganizacional, transconfessional ou ainda transreligioso de viver a fé que chamei de pós-neoprotetantismo (BRATOSIN, 2016, p. 416).

Essa nova maneira de viver a fé corresponde, segundo as evidências cada vez mais numerosas, a uma nova ética adaptada “sob medida” – em favor das novas tecnologias da informação e da comunicação – para “enquadrar” através de um questionamento particular a reação instintiva dos cristãos e as estruturas religiosas em suas práticas atuais de comunicação da fé no espaço público (BRATOSIN; TUDOR, 2015). Para explicar esse processo, vou considerar primeiro os principais lugares simbólicos da produção de sentido da evangelização pós-neoprotetante e, em seguida, retornarei à virtualidade gerada pelos fundamentos dessa ética da reação instintiva.

Dessa forma, primeiramente, notemos que, no pós-neoprotetantismo, o testemunho querigmático através da sua medialização é posto a serviço do desenvolvimento de uma inteligência coletiva e o fato de compartilhar o Evangelho nas redes sociais digitais se torna uma forma de compartilhamento de prerrogativas da Igreja, com todas as pessoas que a fazem viver pela fé ou pela falta de fé, uma espécie de disseminação do poder institucional onde a referência ética da pregação é a intuição pessoal do cristão:

Um dia, uma ideia veio a mim de que eu poderia evangelizar pelo Facebook, porque eu não podia fazê-lo realmente, mesmo se, de alguma forma, eu faça isso também no meu

trabalho através da catequese. Meu evangelismo pelo Facebook passa por trechos regulares da Bíblia ou canções que escrevo em relação à liturgia das horas do dia.

“Esses trechos não são escolhidos aleatoriamente, eu os escolho em função do efeito que têm sobre mim. Não me questionei se o que eu fazia era bom ou não, eu seguia sobretudo minha intuição de que era necessário fazê-lo sem saber o porquê” (PORES, 2016). Esse modelo dominicano de digitalização do querigma é uma lição de pregação pós-neoprotestante, que repousa em oito séculos de experiência e ilustra uma das mais complexas e ao mesmo tempo sensíveis formas de disseminação do poder institucional. Dito isso, logicamente, na era da medialização, a responsividade instintiva é o paradigma dominante da ação comunicativa de nossas sociedades. Nesse contexto, entendemos que a pregação digital só pode ser um avanço da Igreja e não uma desvantagem, e ainda menos um suplemento ou substituição do querigma:

For a growing number of Christians, online church has become what TV preachers were to some Christians in the 70s and 80s who decided Sunday morning viewing at home was better than participating in a local church. Too tired or disengaged to go on Sunday? Just watch online. Watching an online church will become far less of a supplement or replacement and far more of an advance into the lives of people who don't attend church at all. Churches will get innovative and more intentional about reaching out into their communities using digital options at a point of first contact with unchurched people. Think about it: everybody who wasn't in your church last Sunday is probably on Facebook. And everybody who wasn't in your church last Sunday is proba-

bly online. So go connect with them. More than ever in 2016, online church will begin to open a door into the lives of people who will never walk through yours¹ (NIEU-WHOF, 2016).

Esses exemplos, que podem ser multiplicados, mostram que, no pós-neoprottestantismo, o conteúdo e a forma da pregação, bem como a presença física do cristão em uma assembleia, não são mais elementos decisivos para o perfil moral do cristão. A capacidade de resposta instintiva relacionada com o uso de novas tecnologias da informação e da comunicação desloca a ênfase decisiva do comportamento ético para a gestão da emoção em relação ao querigma, uma vez que “as emoções expressam nossa avaliação de uma situação e elas tentam influenciar essa situação por meios que estão socialmente disponíveis para nós” (RIIS; WOODHEAD, 2010, p. 6).

Um segundo momento principal onde ganha forma a ética neoprottestante, sob a “pressão” exercida pela reação instintiva dos cristãos e das estruturas ligadas às estratégias de comunicação da fé no espaço público, é a articulação digital entre a renovação carismática que inflamou o cristianismo na segunda metade do século XX e o desenvolvimento das redes sociais na Internet. O caráter instantâneo e, muitas vezes, viral da medialização da

1 “Para um número cada vez maior de cristãos, a igreja on-line tornou-se o que os pregadores de televisão foram para alguns cristãos nos anos 70 e 80, que decidiram que assistir em casa na manhã de domingo era melhor do que participar de uma igreja local. Muito cansado ou desmotivado para ir no domingo? Apenas assista on-line. Assistir a uma igreja online irá se tornar muito menos um suplemento ou substituto e muito mais um avanço nas vidas das pessoas que não frequentam a igreja de modo algum. As igrejas serão inovadoras e mais intencionais sobre como chegar às suas comunidades usando opções digitais em um primeiro ponto de contato com pessoas sem igreja. Pense nisso: todos os que não estavam em sua igreja no domingo passado provavelmente estão no Facebook. E todos os que não estavam em sua igreja no domingo passado provavelmente estão on-line. Então, conecte-se com eles. Mais do que nunca em 2016, a igreja on-line começará a abrir uma porta para a vida das pessoas que nunca atravessarão a sua.”

experiência da fé individual ou comunitária induz a comportamentos manifestamente influentes, através de forças de convicção para implementar não só uma maneira de viver a fé, mas também um modo institucionalmente legítimo de se proteger da agressividade e da violência do funcionamento organizacional do enquadramento religioso, em decalagem evidente com a atualidade da inevitável experiência social do cristão do século XXI. Darei aqui dois dos exemplos mais marcantes: “Brian Welch e Morgan Priest: esses evangelistas fora da norma que nos transformam e nos desafiam” (LA RÉDACTION, 2016). Assim que Brian Welch interrogou os cristãos “fanáticos” que tentam desesperadamente cancelar o *Hellfest*², dá uma resposta ética:

Todo mundo aqui na Terra tem escolha. Deus deu a todos a escolha de viver como querem viver! Então, ninguém mudará nada tentando empurrar as pessoas para viverem de uma certa maneira. Você não pode fazer isso. Você não pode mudar as pessoas. Eu diria apenas que, se eles ficam ofendidos, eles não deveriam ir para lá. Simplesmente, fiquem distantes. Vá fazer o que você gosta! Mas não faça [ele imita as pessoas que gritam] ‘Eu detesto heavy metal! Detesto o que você faz!’ Porque isso dá a impressão de que Jesus é, ele próprio, assim. Mas ele não detesta ninguém. Ele detesta o pecado, ele ama as pessoas. Penso, dessa forma, que os fanáticos estão completamente errados, porque todo mundo pode escolher e eles podem fazer o que querem das suas vidas e dos seus corpos e tudo (MARDIROSSIAN, 2016).

Daí a pergunta-resposta do *InfoChretienne*: “Hoje: Quem pode evangelizar jovens desesperados em grupos

2 Festival de Heavy Metal na Europa. Por isso, a referência ao termo metal, na citação abaixo.

góticos? Morgan Priest e seus amigos. Quem pode dar testemunho de Deus entre os grupos de heavy metal no *HellFest*? Brian Welsh” (The Editor, 2016). Na perspectiva pós-neoprotestante, o agir carismático não corresponde a um movimento que responda a uma necessidade de renovar as formas de isolamento entre os “muros” da instituição religiosa, seja ela qual for. O agir carismático pós-neoprotestante é a expressão de uma corrente espiritual que participa dos dons particulares do Espírito Santo dados para o bem comum (1 Coríntios 12.7). Ele é o promotor de trocas entre personalidades irreconciliáveis, entre culturas “naturalmente” incompatíveis, entre gerações que se confrontam e entre práticas que se excluem. Acomoda a ética à reação instintiva tornando “normal” a frequência de quem ou daquilo que de outra forma não é adequado frequentar. Ele é o aliado firme, não importa qual seja o preço a pagar, do instável, complexo e diversificado “novo normal”. A ação carismática pós-neoprotestante revisita o sentido da comunhão, tomando o caminho oposto, ou seja, não o caminho que leva à Igreja para encontrar uma comunidade, mas que parte da Igreja para cumprir sua missão em outro lugar – site, blog, canal de TV digital, etc. – na comunidade dos cristãos deste “outro lugar”.

De fato, a medialização que libera a reação pulsional desvia o interesse do cristão da Igreja enquanto instituição ou organização e o concentra na comunidade enquanto rede. A razão é simples. Enquanto a Igreja é uma construção que é dada ao cristão na condição mais ou menos explícita de que ele obedeça às regras de uma preexistência moral dogmática para poder participar da comunhão – a comunhão dos santos –, a comunidade pós-neoprotestante é uma coconstrução realizada pela instituição e pelo cristão ao mesmo tempo, de acordo com as necessidades afetivas e expectativas emocionais produtoras de uma pragmática ética dos laços sociais medializados:

One of the major challenges the Christian preacher faces in the digital culture is to call people from isolation and separation into community and communion. The preacher today has to make a case for why coming together as a community in a real physical place and time is good in and of itself. It is not a matter of merely addressing the “I am spiritual but not religious” trend but also of demonstrating the necessity of conscious and intentional participation in a proper Christian community that is right for each person. This is a great challenge, and it is one that is often difficult to resolve as knowledge, distance and time (to name only a few factors) get in the way. Often, I find all that I can do is point people in the right direction, ask for some help in the “com box” and above all, pray for them (COYNE, 2016)³.

A realização da comunidade cristã no pós-neoprotetantismo é uma coconstrução, certamente, porque os meios e os materiais provenientes do cristão e da instituição são constitutivos sob o mesmo título da comunidade cristã, mas ela é igualmente uma coconstrução porque é produto de uma negociação mais ou menos tácita para uma validação “sob medida” do sentido religioso do bem e do mal, que não está em ruptura com a atualidade do

3 “Um dos principais desafios que o pregador cristão enfrenta na cultura digital é o de chamar pessoas do isolamento e da separação para a comunidade e comunhão. Hoje, o pregador tem que explicar por que se reunir enquanto comunidade em um lugar real físico é bom em si e por si só. Não se trata apenas de abordar a tendência de ‘eu sou espiritual, mas não religioso’, mas também demonstrar a necessidade de participação consciente e intencional em uma comunidade cristã adequada para cada pessoa. Este é um grande desafio, e é muitas vezes difícil de resolver na medida em que conhecimento, distância e tempo (para nomear apenas alguns fatores) se tornam obstáculos. Muitas vezes, acho que tudo o que posso fazer é apontar as pessoas na direção certa, pedir ajuda na ‘combox’ e, acima de tudo, orar por elas.”

sentido social do agir ético do homem em movimento. A comunidade cristã pós-neoprotestante é uma forma de existência religiosa coimaginada a fim de institucionalizar as mudanças cuja rapidez é tal que as estruturas institucionais “clássicas” não conseguem controlá-las. Ela é um espaço social, mas ao mesmo tempo um espaço espiritual em todos os sentidos do termo. Ela se parece com uma forma particular de *ethnoscape* (APPADURAI, 2001) imaginada “a fim de se preservar do estresse inerente ao contato muito radical com outras culturas, outros climas, outros hábitos. Isso pode ser através de um estilo de vida [...] que permitia desenvolver uma faculdade de tecer relações afetivas e efetivas com as pessoas vindas de culturas diferentes, outra por meio dos meios de comunicação” (LE BOUGNOULOSOPHE, 2007) e de comunhão. Na comunidade cristã pós-neoprotestante, a comunhão é não somente uma experiência, mas igualmente uma visão da fé formatada por técnicas midiáticas que tornam possível e legítima a reação instintiva do cristão que se encontra em movimento.

A visão pós-neoprotestante da fé é aquela da transmissão das emoções e da curiosidade do ser humano que, em um momento de sua vida, viveu uma experiência evangélica do que se chama de “encontro com Deus” ou “o não encontro com Deus.” Trata-se, mais exatamente, não do imaginário, mas da expressão emocional da encenação medializada da reação instintiva de cada pessoa, cristão ou não, quando ela é considerada seu projeto de vida em relação com sua mobilização espiritual, intelectual e material na atividade missionária. A dinâmica dessa visão não é aquela da dispersão ou difusão de uma mensagem religiosa cujo resultado não pode ser diferente do ato de acreditar, mas a da atração exercida pela certeza de uma experiência, portanto, pela economia evidente da exigência de crer e tudo o que isso implica. Como consequência, a visão pós-neoprotestante da fé gera e valida compor-

tamentos éticos que não participam necessariamente da obediência ou da educação da prática saudável da modéstia e, ainda menos, da experiência virtuosa, cultivando a nobreza da discrição. Os comportamentos éticos modelados pela visão pós-neoprotestante da fé entram em acordo com a demanda pastoral estendida a cada cristão, associando fervor espiritual e pragmatismo efetivo. Os comportamentos dizem respeito menos à teologia do que à transdisciplinaridade das ciências da comunicação e da administração da diversidade que compõe a comunidade cristã em um contexto de individualização da experiência cognitiva da fé.

O programa INSTE (“Instituto de Teologia por Extensão”) de formação para a vida cristã, criado em 1982 na Espanha por uma professora americana e difundido pela associação pentecostal Open Bible Standard Churches, cuja matriz é em Des Moines (Iowa), é um dos exemplos mais antigos que, desde então, podem ser vistos em muitas outras variações em diversas igrejas: “Este programa identifica cinco níveis de comunicação, desde a ‘comunicação pré-fabricada’, superficial, até a ‘comunicação total’ (‘o nível ideal para qualquer casal alcançar’). O quarto nível, ‘a comunicação das emoções’, é aquele que deve ser alcançado entre os correligionários e aquele que permite que ‘a Palavra de Deus deixe um rastro e mude vidas’” (VENDITTI; VENDITTI, 1996, p. 284). Nas suas relações horizontais (entre correligionários) e vertical (com Deus), os cristãos são, portanto, convidados a alcançar um ideal comunicativo que inclua a expressão das emoções íntimas e das quais depende sua salvação pessoal. Este paradigma relacional se refere a uma representação das relações interpessoais e sociais que evita a noção de conflito de interesses objetivos e defende o diálogo, a comunicação transparente, como meio de resolução de conflitos (ibid., p. 251). A lógica que apoia a visão pós-neoprotestante da fé é que, “quanto mais a crença se individualiza, mais ela

se torna homogênea; quanto mais a crença se torna homogênea, mais a circulação dos cristãos se acelera; quanto mais a circulação dos cristãos se acelera, mais a pressão ‘comunitarizante’ é reforçada” (HERVIEU-LÉGER, 2001, p. 87) em favor de “produtos espirituais standards” inovadores, transconfessionais adaptados ao “desenvolvimento massivo das comunicações que permitem o alargamento planetário de jogos de validação mútua” (ibid., p. 93). Na mais profunda parte deste argumento, encontra-se o sentido original da fluidez da ética pós-neoprotestante, porque sendo a medialização pouco estruturante, em si, “o pedido de validação da crença pode então ser direcionado para outras formas, muito mais estruturantes de comunização religiosa, nas quais a segurança de um código de sentido compartilhado pode ser encontrada e comprovada coletivamente” (ibid., p. 93).

Mas a fluidez sensível da ética pós-neoprotestante é reforçada pela maneira própria pela qual é concebida a missão do cristão e a instituição pós-neoprotestante. Essa missão baseia-se na aceitação do fracasso e na promoção da aprendizagem. Mais precisamente, a principal tarefa missionária do cristão e de todo o ambiente pós-neoprotestante não é fornecer lições, mas, ao contrário, aprender, isto é, emocionar-se. Daí o caráter incisivo da nova evangelização que, no entanto, permanece relativamente livre das práticas “clássicas” ou “tradicionais” do proselitismo religioso. A especificidade histórica da missão pós-neoprotestante está em uma reversão do sentido na gestão da fé com consequências éticas, muitas vezes controversas de acordo com as culturas organizacionais das instituições religiosas.

Esta especificidade consiste em um “deixar de lado”, em uma confiança dada à inteligência coletiva de um mundo onde a medialização “natural” do que é afetivo e cotidiano permite que a instituição religiosa atinja sua missão original sem perder a sua característica, aceitan-

do o risco da diluição de sua autoridade, uma vez que, em princípio, este “deixar de lado” é favorável a ela. Como exemplo, notemos a constatação das necessidades e a resposta dada às necessidades sentidas pela Igreja da Inglaterra, igreja que ocupa uma posição intermediária entre o catolicismo e o protestantismo:

The advent of social media has moved digital communications on from web based broadcast communications to two-way interactive dialogue. Churches, cathedrals, clergy and lay people across the country are using social media as a part of community building and growth strategies. Digital provides a growing opportunity for original, high quality digital content from the centre of the Church of England to enable social and digital communications across the church, enabling all to become digital evangelists in proclaiming the good news of Jesus Christ. [...] We will create a basis for digital apologetics, enabling individuals with the digital materials and resources to present their faith confidently⁴ (<<https://www.churchofengland.org/renewal-reform/evangelism-witness/digital-evangelism.aspx>>).

Esta observação mostra mais do que qualquer outra coisa que a medialização dos lugares simbólicos da

4 “O advento das mídias sociais moveu as comunicações digitais da transmissão de comunicações baseadas na web para o diálogo interativo bidirecional. Igrejas, catedrais, clérigos e leigos pelo país estão usando as mídias sociais como parte das estratégias de construção e crescimento da comunidade. O digital proporciona uma oportunidade crescente e original para conteúdo digital de alta qualidade a partir do centro da Igreja da Inglaterra para permitir as comunicações sociais e digitais em toda a Igreja, possibilitando que todos se tornem evangelistas digitais na proclamação das boas novas de Jesus Cristo. [...] Vamos criar uma base para a apologética digital, permitindo que indivíduos com materiais e recursos digitais apresentem sua fé com autoconfiança.”

produção de um sentido da fé – querigma, carisma, comunidade, comunhão, visão, missão – agora desempenha irrevogavelmente e de forma assumida o papel de agente performativo de transformação desses lugares tradicionais da atualidade ética fechada em espaços ilimitados, de virtualização de uma ética pós-neoprotestante da reação instintiva dos cristãos e implicitamente de estruturas religiosas responsáveis, tendo como objetivo desdobrar no espaço público estratégias de comunicação da fé. Trata-se de uma ética que, no sentido fichteano sobre a pulsão (FICHTE, 1986), é expressão mediática do “nada”, que dá credibilidade à fé, uma ética da recepção mediaticizada do encontro factual não só com o imprevisível, mas também o impossível, uma ética da transformação, através das mídias, da crise da instituição religiosa em uma crise religiosa pessoal do cristão. Ela é a encarnação do pensamento pós-neoprotestante, que coloca no centro de interesse não o projeto social, como o neoprotestantismo antes, mas as emoções que podem promover esse projeto enquanto produto da fé. De acordo com este pensamento pós-neoprotestante, o funcionamento do mundo – inclusive econômico – não é racional nem irracional, mas simplesmente emocional. Conduzida ontologicamente pela medialização da fé adaptada às necessidades sentidas, a moral pós-neoprotestante induz uma mudança de paradigma na produção social do sentido ético, sobre o pano de fundo de uma reconsideração mediática dos “funcionamentos [...] das relações entre práticas espaciais e significantes” (DE CERTEAU, 1990, p. 158): o “bom” e o “justo” correspondem agora ao que é a) memorável, isto é, ao que é experiência transformável historicamente em rastro material, b) crível, isto é, não necessariamente ao que é verdadeiro, mas ao que é desejável como compromisso e c) primordial, isto é, ao que pode ser ordenável por uma exclusividade *sine qua non*. Mais exatamente, ao contrário do “bem” e do “justo” neoprotestante que eram, de fato,

apropriações fractais de proposições cognitivas, o “bem” e o “justo” pós-neoprotestantes são uma participação construtiva (BEJAN; MERKX, 2007) para cenários interativos.

3. Da virtualização da ética pós-neoprotestante à medialização do espírito do capitalismo “afetivo”

A virtualização da ética pós-neoprotestante, como toda virtualização, exige uma atualização, porque

o virtual é como o complexo problemático, o nó de tendências ou de forças que acompanham uma situação, um evento, um objeto ou qualquer entidade e que chama um processo de resolução: a atualização [...] criação, invenção de uma forma a partir de uma configuração dinâmica de forças e finalidades. Acontece algo diferente da atribuição da realidade a um possível ou a uma escolha entre um conjunto predeterminado: uma produção de novas qualidades, uma transformação de ideias, um verdadeiro tornar-se que alimenta, em troca, o virtual (LEVY, 1998, p. 14-15).

Mais exatamente, a atualização chamada pela virtualização da ética pós-neoprotestante no campo da economia do século XXI alimenta a medialização do espírito do capitalismo afetivo (HARDT, 1999; ILLOUZ, 2006; PRADA, 2006a) e ganha forma nos principais lugares simbólicos da produção de sentidos práticos pelos “evangelistas” da comunicação econômica pós-neoprotestante. Ela é facilitada pelo fato de que

affectivity points towards the virtuality of the world, its potential of being for the subject, for its own existence, by indicating to

him/her that it is not a complete part of reality. It requires a permanent excess or exteriorisation of the individual, which must go beyond him/herself, proven by all of his/her inclinations for the others in the world or for things, by his/her propensity to love. It is a primordial point of connection between the outside and the inside, between individuality and sociability. Affective syntony, shared affection, is the elementary basis for real interaction between people. There is a profound dependency between affectivity and interactivity, in the depth of what “being in touch” means⁵ (PRADA, 2006b).

Minha análise irá abordar, neste capítulo, este processo atual que chamamos de virtualização (do marketing, da publicidade e das relações públicas) em relação com o memorável, o crível e o primordial, especificamente quando pensamos o mítico-religioso.

As interferências entre o pensamento mercantil e o pensamento mítico-religioso não constituem uma novidade nem enquanto fenômeno social, nem em termos de estudos científicos. Os “Dois tratados sobre o governo”, publicados por John Locke em 1690, assim como a “Teoria dos sentimentos morais”, assinada em 1789 por Adam Smith, são ilustrações notáveis dessas interferências. O que, no entanto, é específico dessas interferências mútuas observadas entre os mundos da religião e da economia no final do século XX e o início do século XXI é, por um lado, o deslocamento

5 “A afetividade aponta para a virtualidade do mundo, seu potencial de ser para o sujeito, para sua própria existência, indicando para ele que não é uma parte completa da realidade. Exige um excesso permanente ou exteriorização do indivíduo, que deve ir além de si mesmo, comprovado por suas inclinações para os outros no mundo ou para as coisas, por sua propensão ao amor. É um ponto primordial de conexão entre o exterior e o interior, entre individualidade e sociabilidade. Sintonia afetiva, carinho compartilhado, é a base elementar para a interação real entre as pessoas. Existe uma profunda dependência entre afetividade e interatividade, na profundidade do que ‘estar em contato’ significa.”

da identidade organizacional em direção ao afetivo como componente ontológico do ser humano e, por outro lado, o fato de que esse deslocamento é provocado e realizado por uma revolução tecnológica, sem dúvida incompleta, mas quase certamente irreversível, ou seja, a digitalização. Trata-se de uma especificidade válida não só pelo número impressionante de estudos multi ou interdisciplinares, mas também pela transdisciplinaridade dos resultados relatados na literatura sobre o tema. Assim, textos como “A Framework for Understanding the Relationships between Religions and Markets” (MITTELSTAEDT, 2002), “Religions of Modernity Relocating the Sacred to the Self and the Digital” (AUPERS; HOUTMAN, 2010), “Les marques sont-elles des reliques postmodernes? Regard sur les nouveaux objets sacrés” (DUFOUR, 2011), “Marketing Religion Online: The LDS Church’s SEO Efforts” (CHEN, 2011), “Media, Religion and the Marketplace in the Information Economy: Evidence from Singapore” (POON et al., 2012), são apenas algumas amostras ilustrativas desta literatura.

Essa especificidade, que oscila entre ideologia e religião, é uma espécie de resposta na forma de pergunta e uma pergunta sob a forma de resposta. Mais exatamente, a partir de agora com o marketing, a publicidade, as relações públicas e outras formas de comunicação que um objeto material ou imaterial pode suscitar não são mais somente locais estratégicos da comunicação das organizações, mas também e, acima de tudo, lugares simbólicos derivados da digitalização generalizada e da “mediação do tudo”, dirigida à sociedade líquida conquistada pela ética pós-neo-protestante, para mediar o espírito de um capitalismo “afetivo”. Trata-se do que é observável, por exemplo, não somente nos produtos de marketing, mas também no próprio discurso do mundo do marketing sobre o marketing. Nesses discursos, a emoção aparece como o lugar privilegiado da articulação entre o marketing e a memória, relação que é reforçada ainda mais em um contexto digital:

Ao fazer o consumidor sentir emoções poderosas, uma marca imprime seu nome a ferro e fogo na memória de seus clientes potenciais. [...] Ao veicular sempre a mesma emoção, uma marca vai ainda mais longe, porque ela se associa no espírito do consumidor com as emoções sentidas. [...] Inserir o marketing emocional no seio de sua estratégia de marketing digital permite aumentar seu tráfego, sua capacidade de engajamento e sua notoriedade. Isto foi observado particularmente no contexto dos blogs. Os títulos de artigos que tocam na corda emocional ganham mais compartilhamentos nas redes sociais do que outros, o que: a) dá visibilidade na web à sua marca e b) gera picos de tráfego no seu site. O fenômeno é lógico: os internautas não compartilharão um conteúdo que os deixou indiferentes. Entretanto, eles estarão interessados em apresentar às suas próprias comunidades o conteúdo que os deixou entusiasmados ou curiosos (DE VERGNETTE, 2016).

Mas o marketing emocional não apresenta relações privilegiadas apenas com o memorável. Na prática, ele se junta com o crível e o primordial a tal ponto que os profissionais chegam a pensar na “promoção” em termos de “evangelização”:

Por muitos anos, o conceito de marketing nas empresas se resume a uma fórmula clássica chamada “4 P”: Produto + Preço + Place (Lugar) + Promoção. Ora, com o advento revolucionário das novas tecnologias (Internet e redes sociais) e o crescente papel desempenhado pelos fatores relacionais e de comunicação, os grandes pensadores do marketing estão falando agora sobre a fórmula chamada “4 E”. Os jovens que cons-

tituem a nova geração das nossas empresas estão completamente impregnados por essa fórmula: Produto>>>Experiência (qual experiência eu vou ter?) Preço>>>Troca (eu te dou e eu recebo!) Lugar>>>*Everywhere* (eu não me importo de onde vem!) Promoção >>> Evangelização (todo mundo está falando sobre isso!)” (Synergia PME Consulting Group, 2014). Pensar a “promoção” como uma espécie de “evangelização” não é uma extensão do capitalismo da “informação e da comunicação”, mas uma transformação prática de seu funcionamento “emocional”, uma mudança verdadeira que ultrapassa variações de conteúdo. Trata-se de substituir o funcionamento fundado no medo e na desconfiança por um funcionamento democratizado de confiança e alegria a favor dos anúncios de boas novas de acordo com o modelo fundador do Evangelho: “Não tenhas medo, pois te trago uma boa notícia, que será para todo o povo objeto de uma grande alegria” (Lucas 2.10).

Para os profissionais da publicidade, a penetração do memorável, do crível e do primordial religiosos pelo caminho da emoção está relacionada à própria missão da profissão como um compromisso sacerdotal. Diz Stéphane Abitbol, fundador e gerente geral da *S’cape Event*, que foi, durante três anos, a agência do Ministério da Ecologia, Desenvolvimento Sustentável e da Energia:

Provocar a emoção é um engajamento da agência *S’cape Event*, no mercado de comunicação corporativa e institucional, com uma expertise do setor público e conhecimento de gestão dos protocolos por 15 anos. Somos uma agência em escala humana, para grandes contas, empresas, ministérios, organizações não governamentais

públicas e não públicas... Nosso trabalho é acompanhar nossos clientes para fazer viver e levar suas mensagens para seus diferentes alvos, internos e externos, jogando com a emoção, que é um poderoso fator de memorização e se traduz pelo interesse do participante em cada evento. Fazemos uma comunicação emocional em torno de um momento forte, capitalizando a montante e a jusante o evento. E nossos clientes nunca param de nos confortar na nossa convicção de que o sentido do nosso trabalho é provocar emoção (BAZILLER, 2015).

De fato, o que caracteriza hoje a produção do anúncio publicitário é o sólido com o qual ele pode investir em uma sociedade fluidizada pela tecnologia e, especialmente, pela desmaterialização digital. Este sólido de conveniência, certamente, mas sólido mesmo que não seja mais necessariamente uma questão de técnica, mas de convicção dos profissionais, é reforçado pela experiência do destinatário do anúncio: “Originalmente, os discursos publicitários podiam se resumir à seguinte frase: *Compre meu produto, porque é o melhor*. Ao longo do tempo, a imagem ganhou importância e esse discurso foi transformado para tornar-se: *Compre meu produto, porque é o mais legal*. A importância da emoção e da experiência transformou ainda mais a trama do discurso que agora poderia ser resumido a: *Compre meu produto, porque ele oferece a melhor experiência*” (MILLET, 2015). Dessa forma, a lógica da ética pós-neoprotestante induz no capitalismo “afetivo” uma nova racionalidade na tomada de decisão. Já não é mais propriamente a qualidade em si do produto que é determinante na tomada de decisões, mas a qualidade da experiência que o próprio tomador de decisão poderá viver graças ao produto anunciado, a tal ponto que mesmo a recepção do anúncio não escapará do zapping se ela não for considerada um ritual que engloba os sentidos e mer-

gulta o destinatário em uma experiência nas fronteiras do puro misticismo. Não é insignificante dizer que algumas agências se apresentam como “agência de comunicação emocional, (que) concebe e executa operações e suportes de comunicação onde a dimensão emocional permite a memorização das mensagens que as marcas e as empresas desejam veicular, [...] porque a memória emocional é a mais poderosa” (ACHAK, 2016, ap. BIRIBIN).

Na área das relações públicas, o discurso reflexivo e virtualizador da ética pós-neoprotestante aparece, no entanto, ainda mais ilustrativo quanto ao poder efetivo da memória emocional. Aqui, a memória, o crível e o primordial se fundem no que agora é chamado de “inteligência emocional” (GOLEMAN, 2006): “if you take a sample of the best public relations professionals in the business, they all have one thing in common – emotional intelligence. The ability to perceive emotions of others and make wise judgments make the difference between a good and a great professional”⁶ (FLETCHER, 2012).

Mas a inteligência emocional não é um simples critério passivo que permite distinguir entre o bom e o excelente profissional nas relações públicas. De fato, o uso quase generalizado das novas mídias no campo das relações públicas, que abre o caminho técnico para a virtualização da ética pós-neoprotestante, mostra que a inteligência emocional desempenha um papel ativo primordial em dois níveis:

1) na adequação cultural das relações públicas aos conteúdos disponibilizados ao público através das mídias sociais – “With the growing demands of clients and the media that never sleeps, EQ starts to take a more prominent and significant role in the Public Relations (PR) Industry.

6 “Se você tirar uma amostra dos melhores profissionais de relações públicas no negócio, todos eles têm uma coisa em comum – inteligência emocional. A capacidade de perceber as emoções dos outros e fazer julgamentos sábios faz a diferença entre um bom e um excelente profissional”.

Clients are engrossed in their social media presence and how they appear to public⁷” (EASTWEST, 2016) – e 2) na transformação tecnológica das relações públicas, dado o processo de digitalização da emoção que as relações públicas não podem mais desprezar⁸.

O uso das mídias sociais nas relações públicas não é um fim em si mesmo do capitalismo “afetivo”, e muito menos uma solução mediática capitalista para a virtualização da ética pós-neoprotestante. Não, a medialização do espírito do capitalismo “afetivo” não é o produto passivo do processo da produção de sentido através da mídia. Ela também não é uma simples mecânica de técnicas de comunicação, informadas nos relatórios econômicos sobre a disponibilidade dos conteúdos mediáticos. Ela é fundamentalmente o algoritmo econômico que dá forma ou informa os conteúdos das mídias no contexto espaço-temporal e digital da virtualização da ética pós-neoprotestante. Mais precisamente, a mediatização do capitalismo “afetivo” enquanto atualização da virtualidade da ética pós-prottestante

não se contenta em reconstituir recursos ou colocar uma forma à disposição de um mecanismo de realização. Não: a atualização inventa uma forma. Ela cria uma infor-

7 “Com as crescentes demandas dos clientes e da mídia que nunca dorme, o Quociente Emocional (QE) começou a desempenhar um papel mais proeminente e significativo no ramo de Relações Públicas (RP). Os clientes estão absorvidos na sua presença nas redes sociais e em como aparecem para o público.”

8 “A informática e as emoções são duas noções que nada têm em comum. No entanto, as relações criadas por esses dois conceitos são numerosas. A constatação e a interpretação de sinais emocionais pela máquina. A consideração das variações emocionais do usuário. A simulação das emoções na máquina. Estamos caminhando para uma intercompreensão cada vez mais profunda entre homem e máquina. É nesse sentido que se dirige o trabalho de um arquiteto da informação, a facilitação do uso de tecnologias pelos seres humanos. Este trabalho inclui as variações das emoções e a consideração das diferenças” (HERTZOG; BULLET-HERBAULT, 2014).

mação radicalmente nova. Nós dispomos de uma causalidade eficiente do lado da atualização porque o trabalhador, o escultor, o demiurgo, se ele é um ser vivo e pensante, nunca é reduzido a um simples executor: ele interpreta, improvisa, resolve problemas. A temporalidade da atualização é a do processo. Além da inclinação da entropia (realização) e seu retorno a montante (potencialização), o tempo criativo da atualização desenha uma história, ele dá a ler uma aventura de sentido, constantemente relocalada em jogo (HOUDOY, 2008).

Essa história é um dos mais poderosos e difundidos mitos pós-neoprotestantes construído na confluência de duas aventuras do sentido memorável, crível e primordial – ontologicamente falando – da economia do século XXI: o casamento religioso participativo unindo a ética dos hackers emancipados e enobrecidos graças à sua conversão ao cristianismo (SPADARO, 2012) e a ética da emoção jornalística escravizada e desonrada por sua piedosa obediência às leis do mercado (CHAR, 2005).

Conclusão

Através da medialização da fé adaptada às necessidades sentidas, o pós-neoprottestantismo se afirma como um movimento do pensamento não só religioso, mas também socioeconômico, que vira as costas para o evangelho da prosperidade para promover a experiência emocional na historicidade comum do evento cotidiano, não como uma promessa, mas como um estilo de vida baseado na experiência imediata e pessoal das emoções. A medialização da fé adaptada às necessidades sentidas desencadeia, portanto, necessariamente, pela natureza de sua substância, uma virtualização da ética da reação instintiva, isto é, da ética pós-neoprottestante. Essa virtualização tem três

consequências principais com orientação socioeconômica. Primeiro, ela desencadeia e acompanha o deslocamento no espírito capitalista do papel performativo do “que é central, persistente e distintivo no caráter de uma organização” (ALBERT; WHETTEN, 1985; CHÉDOTEL, 2004), ou seja, da identidade organizacional em direção ao afeto como componente ontológico do ser humano a favor da digitalização.

A segunda consequência da virtualização da ética pós-neoprotestante da reação instintiva é o fato de, em sua sequência, trazer ao espírito capitalista uma reversão do sentido da eficiência simbólica no exercício do poder econômico, pois, doravante, não é mais a religião que acolhe o simbolismo do capitalismo, mas, pelo contrário, o capitalismo que se aproveita dos lugares simbólicos da religião. Finalmente, a terceira consequência principal desta virtualização é de natureza estratégica, porque ela marca o espírito capitalista pelo sentido soteriológico do cristianismo, cuja manifestação é o fato de que, para alcançar objetivos econômicos, não se trata mais de colocar o homem no centro da atividade socioeconômica, mas de se colocar no lugar do homem emocionalmente em busca da realização espiritual e material. Na lógica do próprio princípio da virtualização, todas essas consequências concorrem para a medialização do espírito do capitalismo “afetivo”.

Referências

- ALBERT, S.; WHETTEN, D. A. Organizational Identity. *Research on Organizational Behavior*, v. 7, p. 263-295, 1985.
- APPADURAI, A. *Après le colonialisme: les conséquences culturelles de la mondialisation*. Paris: Éditions Payot et Rivages, 2001.
- AUPERS, S.; HOUTMAN, D. (ed.). *Religions of Modernity Relocating the Sacred to the Self and the Digital*. Leiden: Brill, 2010.

- BAUMAN, Z. *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity Press, 2000.
- BAZILLER, P. Le métier de S'CAPE Event: provoquer l'émotion. 2015. Disponível em: <<http://www.scapegroupe.com/presse>>. Acesso em: 4 nov. 2016.
- BEJAN, A.; MERKX, G. W. (ed.). *Constructal Theory of Social Dynamics*. New York: Springer, 2007.
- BIRIBIN, Gioia. Achak: agence d'événementiel et de communication émotionnelle. Disponível em: <<http://monipag.com/gioia-biribin/2017/03/22/achak-agence-devenementiel-et-de-communication-emotionnelle/>>. Acesso em: mar. 2017.
- BOUTINON, J. C. La prédication pentecôtiste. 2012. Disponível em: <<http://docplayer.fr/22636008-La-predication-pentecotiste.html>>. Acesso em: 16 nov. 2016.
- BRATOSIN, S.; TUDOR, M. A. (dir.). *Espace public et communication de la foi*. Les Arcs-sur-Argens: Iarsic, 2015.
- BULETE-HERBAULT, M.; HERTZOG, L. Emotions et technologie. 2014. Disponível em: <<http://archinfo01.hypotheses.org/1482>>. Acesso em: 30 out. 2016.
- CHAR, A. L'éthique de l'émotion. In: SAINT-CHARLES, Johanne; MONGEAU, Pierre. *Communication: horizons de pratique et de recherche*, p. 259-276, 2005.
- CHEDOTEL, F. L'ambivalence de l'identification organisationnelle: revue de littérature et pistes de recherche. *Management & Avenir*, n. 1, p. 59-75, 2004.
- CHEN, C. H. Marketing Religion Online: The LDS Church's SEO Efforts. *Journal of Media and Religion*, v. 10, p. 185-205, 2011.
- COMAROFF, J.; COMAROFF, J. Neo-Protestant Ethics and the Spirit of Capitalism: Perspectives from the Social Sciences. In: BONGMBA, E. K. *The Wiley-Blackwell Companion to African Religions*. NJ: John Wiley & Sons, 2012. p. 62-78.

- COYNE, J. C. Digital Growth: Nurturing the Seed of Faith in a Distracted Society in America. *The National Catholic Review*, 2016. Disponível em: <<http://www.americamagazine.org/issue/digital-growth>>. Acesso em: 3 out. 2016.
- DE CERTEAU, M. *L'invention du quotidien: 1. Art de faire*. Paris: Gallimard, 1990.
- DE VERGNETTE, T. Pourquoi le marketing émotionnel vous rendra mémorable. 2016. Disponível em: <<http://www.alesiacom.com/blog/pourquoi-le-marketing-emotionnel-rendra-memorable>>. Acesso em: 6 out. 2016.
- DUFOUR, S. Les marques are-elles des reliques postmodernes? Regard sur les Nouveaux objets sacrés. *Essachess – Journal for Communication Studies*, v. 4, n. 8, p. 93-103, 2011. Disponível em: <<http://www.essachess.com/index.php/jcs/article/view/129>>. Acesso em: 3 dez. 2016.
- DUMAS, F. Retransmission numérique de la Divine Liturgie. *Religiologiques*, n. 33, p. 181-208, 2016.
- EASTWEST. How Emotional Quotient Affects Your Work in Public. 2016. Disponível em: <<http://eastwestpr.com/how-emotional-quotient-affects-your-work-in-public-relations/>>. Acesso em: 7 nov. 2016.
- FICHTE, J. G. *Le système de l'éthique selon les principes de la doctrine de la science*. Paris: PUF, 1986.
- FISHER, A.; SCRIVEN, M. *Critical Thinking: Its Definition and Assessment*. Centre for Research in Critical Thinking, 1997.
- FLETCHER, S. The Relationship between Emotional Intelligence and Good PR. 2012. Disponível em: <<http://prbreakfastclub.com/2012/04/17/the-relationship-between-emotional-intelligence-and-good-pr/#.WEC1g6LhBN2>>. Acesso em: 27 nov. 2016.
- GOLEMAN, D. *Emotional Intelligence*. New York: Bantam Books, 2006.

- GRUPE CONSEIL SYNERGIA PME. La relève et le marketing: 4P = 4E! 2014. Disponível em: <<http://synergiapme.com/nouvelle-formule-prend-releve-4p-4e/>>. Acesso em: 4 set. 2016.
- HARDT, M. Affective Labor. *Boundary 2*, v. 26, n. 2, p. 89-100, 1999.
- HERVIEU-LEGER, D. Crise de l'universel et planétarisation culturelle: les paradoxes de la 'mondialisation' religieuse. In: BASTIAN, J.-P.; CHAMPION, F.; ROUSSELET, K. *La globalisation du religieux*. Paris: L'Harmattan, 2001. p. 87-96.
- HUBERT, H. Actualisation. 2008. Disponível em: <<http://houdoy.hubert.free.fr/actualon.html>>. Acesso em: 1 maio 2017.
- ILLOZ, E. *Les sentiments du capitalisme*. Paris: Seuil, 2006.
- KING, P. M.; KITCHENER, K. S. *Developing Reflective Judgment: Understanding and Promoting Intellectual Growth and Critical Thinking in Adolescents and Adults*. San Francisco: Jossey Bass, 1994. (Jossey-Bass Higher and Adult Education Series and Jossey-Bass Social and Behavioral Science Series).
- LAURIOT-PREVOST, M. A. Kérygme et témoignage, fondements de la nouvelle évangélisation. 2012. Disponível em: <<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:JRBQ7TAWttUJ:www.diocese-avignon.fr/spip/Kerygme-et-Temoignage-fondements+&cd=10&hl=fr&ct=clnk&gl=fr>>. Acesso em: 6 set. 2016.
- LA REDACTION. Brian Welch et Morgan Priest: Ces évangélistes hors-normes qui nous dérangent et nous défient. 2016. Disponível em: <<https://www.infochretienne.com/brian-welch-morgan-priest-evangelistes-normes-derangent-defient/>>. Acesso em: 8 set. 2016.
- LE BOUGNOULOSOPHE. L'ethnoscape. 2007. Disponível em: <<http://bougnoulosophe.blogspot.fr/2007/11/le-ethnoscape.html>>. Acesso em: 29 nov. 2016.

- MARDIROSSIAN, V. Brian « Head » Welch (Korn): Le métal et Dieu. 2015. Interview réalisée en face à face le 21 juin 2015 par Virginie Mardirossian. Retranscription et traduction: Nicolas Gricourt. Disponible em: <<http://www.radiometal.com/article/brian-head-welch-korn-le-metal-et-dieu,187814>>. Acesso em: 7 set. 2016.
- LEVY, P. *Qu'est-ce que le virtuel?*. Paris: Éditions La Découverte, 1998.
- MILLET, J. Du marketing émotionnel au marketing expérientiel. 2015. Disponible em: <<http://maxity.fr/articles/du-marketing-emotionnel-au-marketing-experientiel/>>. Acesso em: 7 dez. 2016.
- MITTELSTAEDT, J. D. A Framework for Understanding the Relationships between Religions and Markets. *Journal of Macromarketing*, v. 22, n. 1, p. 6-18, 2002.
- NIEUWHOF, C. 5 Disruptive Church Trends that Will Rule 2016. 2016. Disponible em: <<http://careynieuwhof.com/2016/01/5-disruptive-church-trends-will-rule-2016/>>. Acesso em: 5 dez. 2016.
- PORÈS, C. *Évangéliser Internet*. 2016. Disponible em: <<http://www.dominicains.fr/precher-internet>>. Acesso em: 2 dez. 2016.
- PAUL, R. W.; BINKER, A. J. A. *Critical Thinking: What Every Person Needs to Survive in a Rapidly Changing World*. Rohnert Park: Center for Critical Thinking and Moral Critique, Sonoma State University, 1990.
- POON, J. P. H.; CHEONG, P. H. Media, Religion and the Marketplace in the Information Economy: Evidence from Singapore. *Environment and Planning A*, n. 44, p. 1969-1985, 2012.
- PRADA, J. M. Economies of Affectivity. *Multitudes*. 2006a. Disponible em: <<http://multitudes.samizdat.net/Economies-of-affectivity>>. Acesso em: 2 set. 2016.
- PRADA, J. M. Affective Link: Policies of Affectivity, Aesthetics of Biopower. 2006b. (Curatorial statement of

- the e-show: Vinculo-a. Políticas de la afectividad, estéticas del Biopoder, Medialab-Madrid).
- RIIS, O.; WOODHEAD, L. *A Sociology of Religious Emotion*. Oxford: Oxford University Press, 2010.
- SECRETARIAT GENERAL DU SYNODE DES ÉVÊQUES. La nouvelle évangélisation pour la transmission de la foi chrétienne. Instrumentum laboris. 2012. Disponível em: <http://www.vatican.va/roman_curia/synod/documents/rc_synod_doc_20120619_instrumentum-xiii_fr.pdf>. Acesso em: 4 dez. 2016.
- SPADARO, A. *Ciberteologia – Pensar o cristianismo nos tempos da rede*. Paulinas: São Paulo, 2012.
- TROELTSCH, E. *Die Soziallehren der christlichen Kirchen und Gruppen*. Tübingen: JCB Mohr Paul Siebeck, 1912.
- VENDITTI, L.; VENDITTI, N. Formation du disciple: En suivant Jésus dans un service INSTE premier niveau, préparation au service. Des Moines: Open Bible Standard Churches/Department of International Ministries, 1996.
- WEBER, M. Die protestantische Ethik und der ‚Geist‘ des Kapitalismus. *Archiv für Sozialwissenschaft und Sozialpolitik*, v. 20, p. 1-54, 1904; v. 21, p. 1-110, 1905 (überarbeitet in GARS I 1-206).
- WEBER, M. *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme*. Paris: Presses Électroniques de France, 2013.

Midiatização, norte e sul: pontuações e delineamentos do conceito na pesquisa brasileira e anglo-saxônica¹

Mediatization, North and South: Highlights and outlines of the concept in Brazilian and Anglo-Saxon research

Luís Mauro Sá Martino²

1 A gênese deste texto merece um comentário. Gestado desde 2010, foi objeto de publicações parciais, em versões modificadas e em formatos diferentes, passou por revisões, alterações, teve suas premissas discutidas em eventos e apresentações, foi pensado e reescrito diversas vezes. Esta é sua primeira publicação na versão completa. O momento definidor para sua elaboração na presente forma foi a oportunidade de participar do I Seminário Internacional Midiatização e Práticas Sociais, realizado em dezembro de 2016 na Unisinos, um dos principais espaços de produção acadêmica sobre a noção de midiatização. Agradeço aos professores Ana Paula Rosa, José Luiz Braga, Antonio Fausto Neto, Pedro Gilberto Gomes e Jairo Ferreira pelo convite, a acolhida e pela interlocução produtiva naquele e em outros momentos.

2 Professor do Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero. Doutor em Ciências Sociais pela PUC-SP.

Resumo: O conceito de mediação ganha importância crescente como operador teórico-metodológico na pesquisa em Comunicação. No entanto, os objetos ou processos por ele referidos parecem ser objeto de dissenso. A partir de exame bibliográfico, exploram-se dois aspectos dessa diversidade, focalizando as definições formuladas no espaço acadêmico anglo-saxônico, pontuadas por intersecções com a produção brasileira: (a) a genealogia do conceito indica uma ampla gama de usos desde sua origem; (b) a divergência contemporânea entre a centralidade dos meios e a processualidade das relações. Sugere-se, por fim, que (c) essa diversidade pode ser um indicador da vitalidade do conceito.

Palavras-chave: Teoria da Comunicação. Mediação. Epistemologia. Conceitos.

Abstract: The concept of mediation gains increasing importance as a theoretical-methodological operator in Communication research. However, the objects or processes referred to by it seem to be objects of dissent. On the basis of a bibliographical examination, two aspects of this diversity are explored, focusing on the definitions formulated in Anglo-Saxon academic space, punctuated by intersections with the Brazilian production: (a) the genealogy of the concept indicates a wide range of uses since its origin; (b) the contemporary divergence between the centrality of the medium and the process of relations. Finally, it is suggested that (c) this diversity may be an indicator of the vitality of the concept.

Keywords: Communication Theory. Mediation. Epistemology. Concepts.

Introdução

O conceito de mediação vem sendo objeto de crescente investigação dentro das pesquisas sobre mídia

e comunicação. Observa-se, desde o início dos anos 2000, uma preocupação com vários aspectos do conceito, seja na discussão epistemológica de seus fundamentos, operacionalizações e limites, como os trabalhos de Sodré (2004; 2006), Braga (2007; 2010), Fausto Neto (2010) e Ferreira (2008; 2010), seja em suas interfaces e intersecções metodológicas com objetos e processos empíricos, caso, por exemplo, de Gomes (2006; 2008; 2010a; 2017), Gasparetto (2011), Borelli (2008) e Martino (2012a; 2012b; 2016).

Há um Grupo de Pesquisa cadastrado no CNPq dedicado aos estudos do tema na Unisinos – responsável por parcela considerável da produção sobre o assunto, em particular de títulos monográficos dedicados ao tema – (FAUSTO NETO et al., 2008; FAUSTO NETO et al., 2010). Finalmente, observa-se que o Livro Compós 2012 foi dedicado às intersecções entre mediações e mediação – cf. Mattos, Janotti e Jacks (2012).

A tendência parece se configurar também em âmbito internacional, na qual se destacam as discussões de Hepp (2012), Hjarvard (2013) ou a coletânea organizada por Lundby (2009) para o debate do conceito, operacionalizado em trabalhos como os de Cottle (2006) e Couldry (2008).

Esse crescimento nas discussões parece acompanhar uma progressiva expansão dos objetos e processos referidos pelo conceito, bem como uma diversidade de utilizações que, em certos momentos, requerem uma observação atenta dos espaços da experiência cobertos por esse conceito.

A diversidade, se pode ser entendida como um indicador da vitalidade do conceito, não deixa de se constituir em uma problemática teórico-epistemológica na medida em que a multiplicidade de concepções e a diversidade de aspectos implicam, em última análise, certa diluição de seus limites e fronteiras responsáveis pela capacidade analítica de um conceito.

Neste capítulo, busca-se pontuar algumas das definições e operacionalizações do conceito de mediação tal como aparece em trabalhos de pesquisadores anglo-saxônicos e brasileiros. O método se constitui como uma revisão crítica da bibliografia, destacando os elementos principais que permitem observar as dimensões atribuídas ao conceito – ou, em outras palavras, os processos e objetos por ele delimitados.

A escolha por um *corpus* tensionando esferas de produção decorre da possibilidade de se pensar uma abertura de diálogo, não de comparação ou fronteiras, para se pensar as utilizações do conceito. Procura-se aqui observar alguns de seus usos em outros universos acadêmicos com vistas a eventuais perspectivas de articulação/contraponto em outros momentos – uma análise comparativa dos usos ultrapassaria os limites deste texto.

Não se trata de um inventário completo de usos, o que demandaria um estudo monográfico de fôlego, mas de entender eventuais definições centrais que permitem a operacionalização do conceito na área. Do mesmo modo, não se busca *uma* definição de mediação, mas algumas de suas possíveis definições articuladas dentro de uma perspectiva epistemológica responsável pela operacionalização de pesquisas no presente e no futuro.

O espírito é amplamente de diálogo, procurando colocar em conversação concepções do termo, e não estabelecer uma definição “correta”, algo em contradição com as premissas político-epistemológicas apresentadas. A busca é pela intersecção e delimitação entre termos para se delinear alguns usos do conceito, não engessá-lo em uma definição fixa.

Não há tampouco pretensão de originalidade, uma vez que a discussão epistemológica do conceito de mediação vem sendo levada a efeito, entre outros autores, por Krotz (2009), Schott (2009), Braga (2010), Fausto Neto (2006), Finneman (2011) e Gomes (2017), entre outros.

O texto se orienta em três partes. Na primeira, busca-se uma breve contextualização das apropriações do conceito. Em seguida, procura-se pontuar alguns momentos de sua genealogia, destacando a diversidade de empregos e usos, para fazer, na última parte, uma discussão de algumas de suas concepções.

O contexto de apropriação

Embora a palavra “mídiatização” e suas correlatas possam ser encontradas na literatura da área de Comunicação no Brasil ao menos desde a coletânea publicada por Moraes (2006), sua operacionalização enquanto conceito analítico parece ter ocorrido também a partir da obra de Sodré (2004) e dos trabalhos de pesquisadores da Unisinos, representados nas coletâneas de Fausto Neto, Braga, Ferreira e Gomes (2010) e Ferreira, Gomes, Braga e Fausto Neto (2010), além de dezenas de artigos.

É possível identificar uma passagem da palavra ao conceito nessas obras, sobretudo a partir do momento em que a noção de mídiatização passa a ser problematizada em seus tensionamentos com outros conceitos da área, em especial a noção de “mediações”, com as quais é relacionada sobretudo na literatura anglo-saxônica a respeito do tema. No entanto, vale a observação preliminar de que a utilização do conceito em um sentido relativamente restrito, na ausência de uma maior problematização, como sinônimo de “presença da mídia” ou “presença na mídia” se mantém como um dos usos mais frequentes.

Algo semelhante parece acontecer nos textos internacionais.

Buscando aqui ficar restrito ao universo anglo-saxônico de pesquisa, com referências pontuais a outras tradições, o termo “mediatization” não é frequente nos trabalhos teóricos da área. Mesmo compêndios de Teoria da Comunicação como os de Severin e Tankard (2001) e

McQuail (2005) não mencionam o assunto, que, entretanto, ganha verbetes tanto no dicionário de Comunicação de Abercrombie e Longhurst (2007) quanto no de Chandler e Munday (2011). Títulos especificamente dedicados ao assunto aparecem a partir da segunda metade da década de 2000 com a coletânea de Lundby (2009) e os trabalhos monográficos de Hepp (2012) e Hjarvard (2013) – neste último caso, desenvolvido a partir de textos preliminares (HJARVARD, 2008a, 2008b). Em termos analíticos, trata-se, portanto, de um conceito que se encontra sob escrutínio teórico-epistemológico relativamente recente, de maneira que os pontos de flutuação encontrados na especificidade de sua definição podem ser parcialmente creditados, com as devidas ressalvas, ao momento de sua apropriação na área de Comunicação.

Vale lembrar, nesse sentido, seguindo Lundby (2009) e Livingstone (2009), que, como vários outros conceitos da área, a noção de midiatização se origina em outro espaço de investigação – no caso, as utilizações registradas estão na área da Política e mesmo do Direito. No primeiro caso, a perspectiva de uma “midiatização” parece se originar quando da invasão napoleônica aos principados germânicos, quando as terras pertencentes à aristocracia destronada sofrem uma nova divisão administrativa. No segundo caso, a perspectiva é entendida como “mediação”, referindo-se ao que poderia ser entendido como a intermediação na relação de conflitos. Assim, ainda que a palavra “media” esteja no radical tanto de “mediação” quanto de “midiatização”, suas utilizações genealógicas não encontram uma convergência possível – ao contrário, mostram uma diversidade considerável na especificação de suas origens possíveis.

A palavra, no entanto, parece ter uma genealogia um pouco mais ampla. Vale destacar alguns momentos pontuais de sua utilização, em especial na doutrina da área de Comunicação.

Há que se registrar, de saída, a existência de uma considerável ambiguidade na utilização dos conceitos de “mediação” e “mídiação” na pesquisa anglo-saxônica, entendidos, às vezes, mesmo como intercambiáveis. Nota-se, além disso, a atribuição de um mesmo sentido ora a um, ora a outro – como pode ser observado em trabalhos como os de Lundby (2009), Couldry (2008), Livingstone (2009) e Martino (2013), o que é definido por um autor como “mídiação” é pensado por outro como “mediação”.

Mesmo nas obras de referência mencionadas, Abercrombie e Longhurst (2007) e Chandler e Munday (2011), os sentidos são divergentes, sendo a definição de “mediação” (“mediation”) utilizada pelo primeiro mais próxima da perspectiva de “mídiação” (“mediatization”). Essas perspectivas sugerem que a progressiva utilização da palavra como conceito analítico na área de Comunicação parece ter aumentado igualmente a preocupação com a definição de suas fronteiras epistemológicas.

Uma distinção adicional a ser feita é que a constante articulação, nos estudos anglo-saxônicos, entre os conceitos de “mediação” e “mídiação” refere-se, em alguma medida, ao fato de que nos dois casos parece estar em jogo algum tipo de “ação dos *media*” na constituição de mudanças não só em instituições ou espaços pontuais, mas processos sociais de maior monta, nem sempre com a necessária indicação das distinções existentes entre eles. Dessa maneira, a proximidade semântica se reflete em uma indefinição conceitual.

No universo de pesquisa brasileiro, no entanto, esse tipo de perspectiva não é encontrado, uma vez que o conceito de “mediação” não é costumeiramente associado ao correlato anglo-saxônico “mediation”, mas sobretudo ao castelhano “mediaciones”, tal como apresentado na obra de Martín-Barbero (1997 [1987]). Dessa maneira, a irrupção do termo “mídiação” não parece ter sido imediatamen-

te problematizada junto à perspectiva de “mediação” senão quando de uma publicação voltada para essa intersecção organizada por Mattos, Janotti e Jack (2012).

A diversidade de origem

Assim, é possível sugerir que o uso do termo “midiatização” vem se caracterizando pela variedade, aplicando-se, com maior ou menor problematização, em um número considerável de trabalhos. Essa variedade pode ser lida também, de certa maneira, como indício de alguma dificuldade em precisar qual é o campo específico de sua utilização. Vale pontuar alguns desses momentos de utilização sobretudo para acentuar sua diversidade, sem, no entanto, a pretensão de elaborar uma genealogia crítica do conceito – um desenvolvimento maior pode ser encontrado em Hjarvard (2013) ou Martino (2013). A genealogia aqui se pauta em Couldry (2008), Livingstone (2009), Lundby (2009) e Hjarvard (2013).

Um ponto de partida pode ser pensado no uso feito por Baudrillard (1996). No contexto de uma análise da predominância da imagem como elemento central de estabelecimento de relações sociais, definindo-se como uma das principais instâncias de simulação da realidade, o autor francês caracteriza o fenômeno como a “midiatização” da sociedade. Note-se que Baudrillard não procura operacionalizar o conceito ou problematizá-lo; antes, parece usar a noção de midiatização para se referir à emergência de uma sociedade caracterizada pela ubiquidade das imagens midiáticas, espalhadas a partir de diversos suportes. No caso, analisa a fotografia, mas sua abrangência é estendida em trabalhos posteriores para outras mídias, em especial a televisão – na constituição não de uma “cultura da imagem”, mas sobretudo de uma cultura do simulacro.

O real, em sua perspectiva, desaparece diante do que denomina “informação midiatizada”, responsável pela

construção sógnica de uma “realidade” desatrelada, em boa medida, do que poderia ser entendido como “real” no sentido estrito do termo. A relação entre a realidade da informação midiatizada e o que seria o “mundo real” não é de continuidade, mas de ruptura: a informação midiatizada não representa o real, mas define algo semelhante a ele – um simulacro. Dessa maneira, a “midiatização” por ele referida não parece se pautar pela preocupação analítica com o conceito, mas como uma forma de referência à atividade da mídia, entendida em sua dimensão propriamente técnica mais do que institucional.

Em entendimento diverso, em sua Teoria da Ação Comunicativa, Habermas (1989) explora a noção de midiatização de um ponto de vista sociológico, como a interferência, ou interseção, dos elementos do que denomina “sistema” no “mundo da vida”. O mundo da vida, enquanto instância de produção de significados na qual os sujeitos estão mergulhados no percurso de suas vidas cotidianas, existe em articulação contínua com o aparato de dispositivos denominados pelo pensador alemão como o “sistema”, espaço de regulação burocrático-normativo das atividades em suas diversas dimensões. A presença do sistema no mundo da vida é caracterizada por Habermas como “midiatização”, sem referências especiais aos meios de comunicação.

John P. Thompson (1995), em “A mídia e a modernidade”, parece trabalhar ainda em outro sentido ao mencionar a perspectiva de uma sociedade progressivamente “medializada” (“medialised”). Em sua análise de viés sociológico das relações entre o aparecimento e expansão dos meios de comunicação, de um lado, e a sociedade moderna, de outro, Thompson se depara com a necessidade de mostrar de que maneira as informações mediadas se tornam fundamentais, no compartilhamento pelos cidadãos, para a formação do modo de vida contemporâneo pautado nas trocas de informação.

Entre mídias e processos: a ponte da midiatização

Na introdução a uma edição especial da revista *Communications* dedicada ao tema, Hepp, Hjarvard e Lundby (2010) destacam algumas premissas e fontes do conceito de midiatização tal qual usado em suas pesquisas. Em uma definição inicial, apontam que se trata de pensar a longa inter-relação entre mudanças na mídia e mudanças culturais e sociais.

À primeira vista, a busca desse tipo de equivalência tende a ecoar algumas perspectivas da centralidade dos meios de comunicação como agentes de mudança social, seja como observado, por exemplo, nos trabalhos de McLuhan (1995) ou Meyrowitz (1999) – este último citado pelos autores – ou no âmbito da perspectiva de “efeitos” da mídia na sociedade a partir de seus contextos de mudança, em uma longa tradição empírica norte-americana. Essas duas perspectivas, na visão dos autores, falham em não se dar conta da transformação de uma de suas características principais.

No entanto, Hepp, Hjarvard e Lundby (2010, p. 223) procuram contextualizar os limites desses dois aportes na compreensão dos meios de comunicação a partir de uma premissa básica do conceito de midiatização: “as mídias não estão mais ‘fora’ da sociedade exercendo algum tipo de influência específica ou efeito na cultura e, por conseguinte, nos indivíduos”. Em seu julgamento, em uma sociedade contemporânea “saturada de mídia” os meios de comunicação estão “dentro da sociedade, parte do próprio tecido da cultura”.

O conceito de midiatização articula-se particularmente para superar certa dualidade entre “mídia” e “sociedade” presente em algumas tradições de pesquisa na Área. Entende-se que, em uma sociedade na qual as mídias são ubíquas em suas diversas formas e dispositivos,

várias linguagens e códigos semióticos, amplas configurações empresariais e institucionais, não é possível mais falar nas relações entre “mídia e sociedade”, mas em um processo de “mídiatização da sociedade”.

Em outras palavras, o conceito de mídiatização procura eliminar a premissa epistemológica de uma lacuna entre “mídia” e “sociedade” substituindo as interseções e/ou articulações entre espaços isolados pela transformação de mídias, indivíduos e instituições entendidos como parte de um todo do qual não é possível separar uma das partes.

Em um texto sobre os problemas da narrativa pessoal nos ambientes digitais, Couldry se debruça sobre as relações entre os conceitos de “mediação” e “mídiatização” na busca de delimitar as diferenças entre o campo de experiência coberto por esses dois conceitos. A percepção inicial é a de que há inter-relações diretas entre ambos, com fronteiras nem sempre definidas. Sua proposição aponta no sentido de verificar as possibilidades de operacionalização de cada um deles, bem como os limites de sua articulação, enquanto conceitos, com outros espaços da realidade.

Há pelo menos dois elementos a serem destacados em sua distinção dos conceitos, sua extensão relativa e a relevância da presença dos meios de comunicação na constituição/articulação de processos sociais. A principal diferença estabelecida, portanto, não se refere à perspectiva de “mediações” no sentido de Martín Barbero (1997) – citado por Couldry (2008), no entanto –, mas a uma noção de “mediação” (“mediation”) como a interação existente entre processos sociais e processos midiáticos ou, em uma perspectiva mais precisa, a interação dos processos midiáticos dentro dos processos sociais – para uma análise detalhada, Livingstone (2009).

Apenas a título de complemento, uma vez que a análise dos usos de “mediação” escapa ao foco deste

texto, Couldry (2008) destaca esse termo como sendo a referência à emergência das instituições e empresas de mídia como elementos responsáveis pela circulação, em larga escala, de símbolos e conceitos dentro da sociedade – uma sociedade “mediada” destaca-se pelo espaço ocupado pelos meios de comunicação, em termos institucionais, como elaboração de processos simbólicos na trama social – a “mediação”, em seu emprego anglo-saxônico.

Não se fala, neste ponto, na perspectiva de alguma transformação social ou institucional que possa ser creditada diretamente aos meios de comunicação, como no caso do conceito de “midiatização”, em um direcionamento semelhante ao de Strömback (2008). Mais do que opostos, os conceitos são pensados como alternativas no entendimento de determinados fenômenos, com áreas de sobreposição tanto quanto de intersecção.

Couldry (2008, p. 376) define a midiatização como tendo seu foco em uma “lógica transformativa ou um mecanismo entendido como responsável por alterar (‘mediatizar’) processos, objetos e campos particulares”. Trata-se, prossegue o autor, de uma “distinta e consistente transformação” compreendida apenas se pensada em termos de uma “transformação social e cultural mais ampla a partir dos meios operando a partir de uma fonte única e com uma direção comum”. A transformação da sociedade pelos meios, em uma perspectiva que ecoa tanto Meyer (2002) quanto Hjarvard (2013).

O processo de midiatização está ligado, dessa maneira, à perspectiva dos meios de comunicação, tanto tradicionais quanto digitais, como os responsáveis por agenciar transformações nas lógicas operacionais de outras instâncias sociais adaptadas aos processos midiáticos. Essa adaptação decorre, para Couldry (2008), da expansão dos meios por todos os espaços da vida contemporânea a partir de sua capacidade de replicação não apenas de conteúdos, mas também de seus dispositivos eletrônico-digitais.

A ubiquidade das telas eletrônicas, dos dispositivos móveis e das interações mediadas não é senão sintoma da midiatização que, longe de depender em si desses meios e aparelhos, ocorre no momento em que os processos relacionais são alterados em decorrência desses dispositivos. A midiatização da política ou da religião, no sentido entendido por esses autores, relaciona-se com as mudanças e transformações parciais desses espaços para sua adaptação a uma lógica mediática de produção de representações. Não é possível, explica Couldry (2008, p. 376), que “políticos façam política sem aparecerem na mídia, ou que manifestações sociais aconteçam sem alguma presença na mídia”.

Alguns dos usos do conceito de midiatização observados parecem sublinhar essa presença ao ponto de destacar não apenas as articulações dos meios de comunicação no ambiente das processualidades sociais, mas, em alguns casos, nota-se uma forte sugestão de que a mídia, além de ocupar um lugar de destaque no espaço social, é diretamente responsável por algumas de suas transformações. Isso, aparentemente, relega a segundo plano outras eventuais variáveis implicadas nos processos de transformação.

O conceito de midiatização, observado nessa perspectiva, se operacionaliza em termos metodológicos a partir do exame das mudanças institucionais associadas à intersecção dos meios de comunicação com outras áreas e/ou instituições, como a política e os partidos ou a religião e denominações religiosas.

Tanto Couldry (2008) quanto Strömback (2008, p. 232) não deixam de notar que, levado às últimas consequências, o uso do conceito de midiatização poderia resvalar para a perspectiva de “efeitos da mídia” na sociedade, quando se procura, na visão dos autores, ressaltar o direcionamento para os processos, não para a noção de “efeitos”. Vale notar que, embora a midiatização seja

pensada em termos de macroníveis, como se observa nos enunciados de “midiaticização da política” ou “midiaticização da religião”, sua ocorrência parece se dar, de fato, na instauração de dispositivos midiáticos como regime de reorganização institucional e/ou mesmo pessoal (Couldry, 2008; Hjarvard, 2013).

Além disso, em outra perspectiva, a noção de midiaticização não designa apenas mudanças institucionais, mas também pode ser vista no âmbito do agenciamento social. Simon Cottle (2006), no estudo do que denomina “rituais mediatizados”, identifica-os como uma instância de observação do processo de midiaticização como construção de sentidos a partir da construção, pelos meios de comunicação, de eventos excepcionais responsáveis por agregar a seu redor um número considerável de pessoas unidas pela “solidariedade” – e aqui Cottle deliberadamente ecoa Durkheim – da participação naquele momento em particular.

Outra dessas perspectivas é desenvolvida por Strömback (2008) ao trabalhar a midiaticização da política a partir de um modelo linear de quatro fases. Partindo do princípio de que “todas as experiências, do micronível da identidade ao macronível da política e da sociedade, estão mediadas e mediatizadas de maneira crescente”, procura identificar os elementos constitutivos desse processo. Dotada de um *modus operandi* próprio, a política não prescinde da mídia no estabelecimento de sua visibilidade pública.

A possibilidade efetiva de qualquer tipo de informação levada para fora de seus espaços imediatos de elaboração – parlamentos, gabinetes, partidos – implica algum tipo de elemento de comunicação responsável por ultrapassar a comunicação interpessoal. O vínculo com os meios de comunicação, cuja natureza ou definição em si não é explicitada, torna-se fundamental para a relação com a sociedade, resultando em um acoplamento no qual os contatos são feitos a partir da interface de duas lógicas

diversas, a lógica da mídia e a lógica da política, ressalta o autor apropriando-se parcialmente de Meyer (2002).

A análise da midiaticização da política, neste caso, busca levar em conta não o que seriam as “relações” entre mídia e política, ou menos ainda os “efeitos” da mídia na política, mas em que grau acontecem transformações recíprocas nas duas instâncias a partir da intersecção de lógicas e processualidades.

Isso é verificado em quatro dimensões. Na visão de Strömback (2008, p. 234), trata-se de observar (1) em que medida os meios de comunicação se constituem como principal fonte de informação para a sociedade; (2) até que ponto os meios de comunicação são independentes das instituições políticas; (3) o quanto o conteúdo da mídia é governado pela lógica da política ou por sua própria lógica e (4) em que grau os atores políticos obedecem à sua lógica inerente ou estão vinculados à lógica da mídia.

Os meios de comunicação assim caracterizados destacam-se como espaço de produção e divulgação das informações que circulam pela sociedade, figurando como o elemento primário de construção de significados, representações e entendimentos do mundo social, ao redor dos quais gravitam e se articulam outras instâncias. Além disso, destaca-se uma certa linearidade do processo na medida em que, sendo o processo de midiaticização inerente à sociedade contemporânea, a operacionalização metodológica articula-se na direção de verificar em que grau esse processo está acontecendo no âmbito da política, em uma maior ou menor midiaticização.

O mesmo sentido linear, em perspectiva histórica, é proposto por Finneman (2011). Recorrendo ao que chama de diferentes “matrizes de mídia”, o autor identifica o processo de midiaticização como decorrente, ou ao menos vinculado, das mídias entretidas com o social em diversos momentos históricos, caracterizados pelo corte

gerado pela mudança na matriz de mídia – de uma matriz predominantemente oral até a matriz das mídias digitais.

Couldry (2008) nota uma série de limites nesse conceito de midiatização, sobretudo por creditar aos meios de comunicação a responsabilidade por transformações pessoais, institucionais e sociais que nem sempre estão relacionadas a eles. Do mesmo modo, há no horizonte a perspectiva de um certo determinismo tecnológico no momento em que se procura encontrar, nas mídias, os agentes de transformações que não necessariamente ocorreriam em outros contextos sociais.

Apesar dessas ressalvas, ressalta-se o potencial explicativo do conceito de midiatização no sentido de apontar processos diversos como, por exemplo, a homogeneização de processos culturais diferentes direcionados em formas ou formatos adequados para a representação midiática, como é possível depreender da análise da midiatização da política ou da religião – cf., por exemplo, os estudos específicos de Hjarvard (2013), Strömback (2008) e Meyer (2002).

A apropriação conceitual

A definição de um conceito parece depender tanto de sua gênese quanto de seus usos. A validade epistemológica de um conceito apresenta pontos de flutuação semânticos derivados, ainda que parcialmente, de seu uso enquanto palavra capaz de definir sinteticamente os componentes de um determinado recorte das dinâmicas da realidade. Dessa maneira, a definição de conceitos teóricos pode ser observada também no escrutínio de seus usos, formulações e, eventualmente, operacionalizações metodológicas.

A polivalência semântica de conceitos centrais na área de Comunicação, a título de exemplo, sugere que o exame de sua validade epistemológica passa em algum momento pela observação dos usos feitos e das instân-

cias de consagração desses usos – o que, evidentemente, não procura reduzir de forma alguma o epistemológico ao político, mas apenas sublinhar, para efeitos de recorte, este aspecto entendido também como a verificação das modalidades de utilização de um conceito (Martino, 2009; 2012b; 2016). A capacidade de articulação explicativa de um conceito pode ser verificada também no uso, assim como as disputas a respeito do campo semântico e fenomênico por ele coberto.

A pesquisa em Comunicação se apresenta como um espaço de formações discursivas bastante diverso no que concerne ao estabelecimento de consensos em torno de seus componentes básicos, e a introdução de outros elementos analíticos não parece escapar dessa diversidade (BRAGA, 2010). É questionável até que ponto isso pode ser interpretado como um índice da vitalidade epistemológica da área ou como uma indicação da ausência de elementos centrais considerados válidos pelo que poderia ser uma maioria de pesquisadores.

O próprio conceito de “comunicação” ou de “teoria(s) da comunicação” é objeto de intenso debate na área, permitindo vislumbrar algo semelhante em relação a outros conceitos eventualmente incorporados pela área. Assim, a comparação das definições e usos do conceito de midiaturização busca salientar as eventuais variáveis epistemológicas existentes nas diferenças, possibilitando não apenas entender melhor o conceito, mas também observar o raio de suas articulações com fenômenos midiáticos e, de maneira mais ampla, sociais.

Referências

- ABERCROMBIE, N.; LONGHURST, B. *Dictionary of Media Studies*. London: Penguin, 2007.
- BAUDRILLARD, J. *A troca simbólica e a morte*. São Paulo: Loyola, 1996.

- BORELLI, V. *Mídia e religião*. Rio de Janeiro: E-Papers, 2008.
- BRAGA, J. L. Experiência estética e midiatização. In: LEAL, B. S.; GUIMARÃES, C.; MENDONÇA, C. *Entre o sensível e o comunicacional*. Belo Horizonte: Autêntica, 2010. p. 73-88.
- BRAGA, J. L. Midiatização como processo interacional de referência. In: MÉDOLA, A. S.; ARAUJO, D. C.; BRUNO, F. *Imagem, visibilidade e cultura midiática*. Porto Alegre: Sulina, 2007. p. 141-168.
- CHANDLER, D.; MUNDAY, R. *Dictionaty of media and communication*. Oxford: OUP, 2011.
- COTTLE, S. Mediatized rituals: Beyond manufacturing consent. *Media, Culture & Society*, v. 28, n. 3, p. 411-432, 2006.
- COULDRY, N. Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling. *New Media and Society*, v. 10, n. 3, p. 373-391, 2008.
- FAUSTO NETO, A. Enunciação midiática: da gramática às “zonas de pregnância”. In: FAUSTO NETO, A.; FERREIRA, J.; BRAGA, J. L.; GOMES, P. G. *Midiatização e processos sociais: aspectos metodológicos*. Santa Cruz do Sul: Ed. Unisc, 2010a. p. 13-28.
- FAUSTO NETO, A. Midiatização, prática social – prática de sentido. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Políticas e Estratégias de Comunicação”, do XV Encontro da Compós, na Unesp, Bauru, SP, em junho de 2006.
- FAUSTO NETO, A.; FERREIRA, J.; BRAGA, J. L.; GOMES, P. G. *Midiatização e processos sociais: aspectos metodológicos*. Santa Cruz do Sul: Ed. Unisc, 2010.
- FAUSTO NETO, A.; GOMES, P. G.; BRAGA, J. L.; FERREIRA, J. *Midiatização e processos sociais na América Latina*. São Paulo: Paulus, 2008.
- FERREIRA, J. Dos objetos separados à circulação midiática como questão comunicacional. In: FAUSTO NETO,

- A.; FERREIRA, J.; BRAGA, J. L.; GOMES, P. G. *Midiatização e processos sociais: aspectos metodológicos*. Santa Cruz do Sul: Ed. Unisc, 2010. p. 67-78.
- FERREIRA, J. Um caso sobre a midiatização: caminhos, contágios e armações da notícia. In: FAUSTO NETO, A.; GOMES, P. G.; BRAGA, J. L.; FERREIRA, J. *Midiatização e processos sociais na América Latina*. São Paulo: Paulus, 2008. p. 51-69.
- FINNEMAN, N. O. Mediatization theory and digital media. *European Journal of Communication Research*, 2011 (1), 2011, pp. 34-49.
- GASPARETTO, P. R. *Midiatização da religião*. São Paulo: Paulinas, 2011.
- GOMES, P. G. A metodologia como problema para a pesquisa de mídia e religião. In: FAUSTO NETO, A.; FERREIRA, J.; BRAGA, J. L.; GOMES, P. G. *Midiatização e processos sociais: aspectos metodológicos*. Santa Cruz do Sul: Ed. Unisc, 2010a. p. 145-156.
- GOMES, P. G. *Da igreja eletrônica à sociedade em midiatização*. São Paulo: Paulinas, 2010b.
- GOMES, P. G. *Dos meios à midiatização*. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2017.
- GOMES, P. G. *Filosofia e ética da comunicação na midiatização da sociedade*. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2006.
- GOMES, P. G. O processo de midiatização da sociedade e sua incidência em determinadas práticas sociossimbólicas na contemporaneidade. In: FAUSTO NETO, A.; GOMES, P. G.; BRAGA, J. L.; FERREIRA, J. *Midiatização e processos sociais na América Latina*. São Paulo: Paulus, 2008. p. 17-30.
- HABERMAS, J. *The theory of communicative action*; vol. 2: Lifeworld and system. New York: Beacon Press, 1989.
- HEPP, A. *Cultures of mediatization*. London: Polity, 2012.
- HEPP, A.; HJARVARD, S.; LUNDBY, K. Mediatization – Empirical perspectives: An introduction to a special issue. *Communications*, v. 35, p. 223-228, 2010.

- HJARVARD, S. *The mediatization of culture and society*. London: Routledge, 2013.
- HJARVARD, S. The mediatization of religion: A theory of the media as agents of religious change. *Northern Lights*, v. 6, p. 9-27, 2008b.
- HJARVARD, S. The mediatization of society. *Nordicom Review*, v. 29, n. 2, p. 105-134, 2008a.
- KROTZ, F. Mediatization: A concept with which to grasp media and societal change. In: LUNDBY, K. (org.). *Mediatization: concept, changes, consequences*. New York: Peter Lang, 2009. p. 21-40.
- LIVINGSTONE, S. Coming to terms with 'mediatization'. In: LUNDBY, K. (org.). *Mediatization: concept, changes, consequences*. New York: Peter Lang, 2009. p. ix-xiii.
- LIVINGSTONE, S. On the mediation of everything. *Journal of Communication*, v. 59, p. 1-18, 2009.
- LUNDBY, K. Introduction: 'mediatization' as key. In: LUNDBY, K. (org.). *Mediatization: concept, changes, consequences*. New York: Peter Lang, 2009. p. 1-20.
- MARTIN BARBERO, J. *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1997.
- MARTINO, L. M. S. A religião midiatizada nas fronteiras entre o público e o privado. *Ciberlegenda*, v. 26, p. 13-26, 2012b.
- MARTINO, L. M. S. Mediação e midiatização da religião em suas articulações teóricas e práticas. In: MATTOS, M. A.; JACKS, N. *Mediações e midiatização*. Livro do XXIII Compós. Salvador: Ed. UFBA, 2012a. p. 219-244.
- MARTINO, L. M. S. *Teoria da Comunicação*. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2013.
- MARTINO, L. M. S. *The mediatization of religion*. 2. ed. London: Routledge, 2016.
- MATTOS, M. A.; JANOTTI, J.; JACKS, N.; *Mediações e midiatização*. Salvador: Ed. UFBA, 2012.

- MAZZOLENI, G.; SCHULZ, W. 'Mediatization' of politics: A challenge for democracy? *Political Communication*, v. 16, p. 247-261, 1999.
- McLUHAN, M. *Os meios de comunicação*. São Paulo: Cultrix, 1995.
- McQUAIL, D. *Mass communication theory*. London: Sage, 2005.
- MEYER, T. *Media democracy*. London: Polity, 2002.
- MEYROWITZ, J. Understandings of media. *Et Cetera*, v. 56, n. 1, p. 44-52, 1999.
- MORAES, D. (org.). *Sociedade midiaticizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.
- SCHOTT, A. Dimensions: catch-all label or technical term. In: LUNDBY, K. (org.). *Mediatization: concept, changes, consequences*. New York: Peter Lang, 2009. p. 41-62.
- SEVERIN, W. J.; TANKARD, J. W. *Communication Theories*. London: Longman, 2001.
- SODRÉ, M. *Antropológicas do espelho*. Petrópolis: Vozes, 2004.
- SODRÉ, M. Eticidade, campo comunicacional e midiaticização. In: MORAES, D. *Sociedade midiaticizada*. Rio de Janeiro: MauadX, 2006.
- STRÖMBACK, J. Four phases of mediatization: An analysis of the mediatization of politics. *Press/Politics*, v. 13, n. 3, p. 228-246, 2008.
- THOMPSON, J. B. *A mídia e a modernidade*. Petrópolis: Vozes, 1995.
- VIZER, E. A. Mundos da vida midiaticizados. In: FAUSTO NETO, A.; FERREIRA, J.; BRAGA, J. L.; GOMES, P. G. *Midiaticização e processos sociais: aspectos metodológicos*. Santa Cruz do Sul: Ed. Unisc, 2010. p. 39-53.

A midiatização, espiritualidade e internet¹

Mediatization, spirituality, and internet

Pedro Gilberto Gomes, S. J.

Resumo: O artigo reflete sobre a realidade da midiatização no mundo de hoje e sua relação com a espiritualidade. Como se dá a vivência da espiritualidade para o fiel uso de redes sociais, principalmente a Internet. Pergunta-se se as Igrejas estão conscientes de se moverem numa nova ambiência, com consequências importantes para o desenvolvimento de uma identidade espiritual. Não se pergunta como as Igrejas usam a Internet, mas que tipo de espiritualidade está nascendo do uso indiscriminado das redes sociais. Conclui dizendo que a incidência e as consequências dessa mudança epocal na vida das Igrejas e seu relacionamento com os fiéis ainda precisam ser medidas. Da

1 Texto apresentado no Seminário Internacional sobre Midiatização, realizado pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, na mesa sobre *Midiatização e religião*.

parte das Igrejas, é necessário que se debrucem sobre o assunto e coloquem na pauta de suas reflexões a realidade das tecnologias e das redes digitais.

Palavras-chave: Midiatização. Espiritualidade e redes digitais.

Abstract: The article reflects on the reality of mediati-zation in today's world and its relation with spirituality, on how the experience of spirituality for the faithful use of social networks, especially the Internet, takes place. It asks whether the Churches are conscious of moving in a new environment, with important consequences for the development of a spiritual identity. It does not ask how the Churches use the Internet, but what kind of spirituality emerges from the indiscriminate use of social networks. It concludes by saying that the incidence and consequences of this epochal change in the life of the Churches and their relationship with the faithful still need to be measured. The Churches, in turn, must focus on the subject and place the reality of technologies and digital networks on the agenda of their reflections.

Keywords: Mediatization. Spirituality and digital networks.

Com as tecnologias digitais, a humanidade deu um salto qualitativo, ocasionando um fenômeno que identificamos como a midiatização da sociedade que constitui um novo modo de ser no mundo. Estamos numa nova ambiência, onde a midiatização é um modelo e uma atividade de operação de inteligibilidade social.

Com o advento da tecnologia digital, essas inter-relações se tornaram complexas e se ampliaram, criando essa nova ambiência. O processo humano de comunicação é potencializado, na sociedade contemporânea, pela sofisticação de seus meios eletrônicos. Desse modo, os inter-relacionamentos comunicacionais, bem como os processos midiáticos, ocorrem no cadinho cultural da midiatização. A realidade da sociedade em midiatização supera e englo-

ba as dinâmicas particulares que esta engendra para se comunicar. O meio social é modificado. A tela de fundo, o marco dentro dos quais interagem as dinâmicas sociais, é gerada pela assunção da realidade digital. A virtualidade digital, desse modo, estrutura um novo modo de ser no mundo. A sociedade em midiatização, nessa perspectiva, reflete e constrói o cadinho cultural onde os diversos processos sociais acontecem. Ela é uma ambiência, um novo modo de ser no mundo, como dissemos, que caracteriza a comunidade humana hoje. As inter-relações recebem uma carga semântica que as coloca numa dimensão radicalmente nova, qualitativamente distinta em relação ao modo de ser na sociedade até então. Comunicação e sociedade, imbricadas na produção de sentido, articulam-se nesse crisol de cultura que é resultado da emergência e do extremo desenvolvimento tecnológico.

Conseqüentemente, mais do que um estágio na evolução, ele significa um salto qualitativo que estabelece o totalmente novo na história. O resultado desse movimento cria uma ambiência (que chamamos de sociedade em midiatização) que configura para as pessoas um novo modo de ser no mundo, pelo qual os meios não mais são utilizados como instrumentos possibilitadores das relações pessoais, mas fazem parte da autocompreensão social e individual.

A identidade individual e coletiva é construída a partir da interação com os meios. A pessoa não é um “eu” que usa instrumentos como extensão de seu corpo², mas um indivíduo que se autocompreende como um ser que preza as suas relações e conexões por meio dos instrumentos tecnológicos de comunicação.

A sociedade em processo de midiatização é maior, mais abrangente, que a dinâmica da comunicação até agora levada a cabo na chamada sociedade dos meios. Não é somente a comunicação que é potencializada, isto

2 Cf. McLUHAN, 1969.

é, não são apenas as possibilidades de comunicação, por meios tecnológicos extremamente sofisticados, que caracterizam o contexto atual, mas a sofisticação tecnológica, amplamente utilizada pelas pessoas desde a mais tenra idade, cria uma nova ambiência matriz que acaba por determinar o modo de ser, pensar e agir em sociedade. A essa ambiência matriz designamos de sociedade em midiatização³.

A midiatização abrange dois movimentos simultâneos e dialéticos. De um lado, ela é fruto e consequência das relações, inter-relações, conexões e interconexões da utilização pela sociedade dos meios e instrumentos comunicacionais, potencializados pela tecnologia digital. De outro, ela significa uma nova ambiência social que incide profundamente nessas mesmas relações, inter-relações, conexões e interconexões que constroem a sociedade contemporânea. A sociedade é em midiatização. O ser humano é em midiatização. Isso, hoje, sublinhe-se, configura um novo modo de ser no mundo. Esse é o substrato cultural no qual se movem os diversos grupos sociais no mundo. A sociedade erigida nesses movimentos é uma sociedade em processo de midiatização⁴.

1. A religião e a nova ambiência

Dentro desse novo contexto, assistimos a uma situação bastante comum: a apropriação de campos mi-

3 Em várias obras, realizamos essa identificação: GOMES, Pedro Gilberto. *Tópicos de teoria da comunicação*. 2. ed. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2004; Id. *A filosofia e a ética da comunicação no processo de midiatização da sociedade*. 2. ed. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2006; Id. *Da igreja eletrônica à sociedade em midiatização*. São Paulo: Paulinas, 2010; FAXINA Elson; GOMES, Pedro Gilberto. *Midiatização: um novo modo de ser e viver em sociedade*. São Paulo: Paulinas, 2016; GOMES, Pedro Gilberto. *Dos meios à midiatização: um conceito em evolução*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2017. (Coleção Focus).

4 Essas ideias foram retiradas do livro: GOMES, 2017 (edição bilingue, inglês/português).

diáticos pelo espaço religioso. Deslocamento do espaço tradicional dos templos para um campo aberto e multidimensional. Tanto ministros e seus acólitos como os fiéis assumem papéis e posturas distintas das que vinham sendo vividas na tradição das Igrejas.

Os primeiros assumem novas formas de relacionamentos com a comunidade. De certa maneira, o conteúdo e a unção são subordinados à imagem, aos gestos, ao que aparece. A linguagem não verbal, posturas, modo de olhar, modo de falar impõem-se a partir da lógica dos meios.

Da parte dos fiéis, essa realidade parece ter a sua explicação no desencanto moderno com as formas tradicionais das Igrejas Históricas. Seus cultos e ações perdem espaço no coração do homem contemporâneo.

Criam-se novas formas de chegar a ele. Se as pessoas não vêm ao templo, o templo vai até elas. Entretanto, esse deslocamento do centro para a margem, via processos midiáticos, tem o seu preço. É preciso fazer concessões aos padrões de comportamento ditados pelos meios. Tanto no que diz respeito à lógica de produção de mensagens quanto no que se refere à do consumo dos bens culturais, no caso, culturais religiosos.

O consumo é individual e solitário. A comunidade fica em segundo plano. Como, então, mostrar o engajamento? Pelo consumo dos produtos anunciados e pela esmola para que o programa permaneça no ar. Cria-se uma nova Igreja: universal e virtual. Os templos são os próprios lares; os púlpitos são os aparelhos de televisão⁵.

Nesse caso, somente são fiéis dessa Igreja aqueles que são capazes de consumir. O importante, dentro do mercado religioso, é anunciar a boa-nova para todos. Na sociedade pluralista, com disputas cada vez mais acirradas em termos de mercado, a religião tornou-se um grande mercado persa de bens religiosos.

Para dar conta desse desafio, as religiões voltam-se para a mídia eletrônica. As Igrejas e comunidades utilizam profusamente as redes sociais, os novos dispositivos tecnológicos. O importante é a crença de que esses meios são instrumentos para a difusão da boa-nova para todos⁶. Entretanto, tais dispositivos tecnológicos são apenas uma mínima parcela, a ponta do iceberg, de um mundo novo, configurado pelo processo de midiatização da sociedade.

Eles expressam uma mudança epocal, com a criação de um bios midiático. É uma nova ecologia comunicacional. Um bios virtual, que dá origem a uma nova ambiência.

2. O caso da relação espiritualidade e Internet

A entrada das Igrejas no mundo dos novos dispositivos tecnológicos faz com que determinadas atividades que, antes, eram realizadas na Igreja hoje também estejam disponíveis na Internet. A partir disso, pergunta-se: que tipo de espiritualidade está sendo criada, gestada? Não se pensa na instituição Igreja, mas sim na vivência religiosa, na espiritualidade como um todo, que é uma produção simbólica fundamental na vida do homem.

Dentro desta perspectiva, insere-se a questão da espiritualidade na Internet. Existem vários sites de organizações, católicas ou não, que usam a Internet como um espaço de interação, de congregação das pessoas. Essas instituições consideram, por exemplo, a Internet um meio importante para passar a sua mensagem, permanecendo no âmbito de uma sociedade dos meios.

A religiosidade é importante. Porém, quando as instituições religiosas fazem uso massivo desses novos

6 Nos albores dos anos 2000, o Vaticano pensava em desenvolver o projeto *Lumen 2000*, cujo objetivo era apresentar para Cristo, no seu 2000^o aniversário, um mundo novo, cristianizado. Desnecessário sublinhar que o projeto não prosperou.

dispositivos, temos de nos perguntar que tipo de religiosidade, de espiritualidade, está surgindo desse processo. Que diferença existe entre acender uma vela para o padre Reus⁷ num site ou ir até o santuário? Esse é o questionamento. É um desafio que as Igrejas devem responder.

É esse contexto de mídiatização que está trazendo desafios para todos, tanto a hierarquia eclesiástica como os fiéis e os pesquisadores da relação mídia e religião. Então, não se deve perguntar como uma instituição usa um portal para fomentar a espiritualidade. Isso não importa. A pergunta deve ser: ao fazer isso, que forma de espiritualidade está sendo formada?

Todas as instituições perceberam o potencial entranhado nas mídias digitais e estão usando a Internet. Só que elas estão colocando nos portais, simplesmente, a transcrição do que elas vêm fazendo. Mesmo percebendo a importância desses meios para divulgar a sua mensagem e promover as suas ações, não se perguntam – e que é o grande desafio – é se, ao fazer essa transposição de suas ações milenares para um site de relacionamento, estão criando uma nova forma de espiritualidade independente do desejo delas, ou uma forma diferente de fazer e viver religião.

Pergunta: uma criança que, desde pequena, desenvolve a sua consciência religiosa de espiritualidade via Internet terá a mesma vivência religiosa de uma criança que participa da catequese, que vai aos templos com os pais? Essas são formas iguais ou diferentes de fazer religião? De ter espiritualidade? Não se afirma que uma é boa e outra é ruim. Aponta-se a existência de dois níveis de diferença. Que tipo de espiritualidade emerge de um portal? Isso vai além do conteúdo

McLuhan já dizia, na década de 60: o que muda o comportamento das pessoas não é o conteúdo da televisão, mas o simples fato de ver televisão. Na vivência das

7 Sacerdote jesuíta falecido com fama de santo cujo túmulo, junto ao Santuário do Sagrado Coração de Jesus, em São Leopoldo, RS, atrai milhares de pessoas todos os finais de semana.

espiritualidades, é essa realidade que as instituições religiosas não estão percebendo porque, para elas, o importante sempre foi a mensagem. Tudo aquilo que ajuda a levar a mensagem para um maior número de pessoas é bom. Então, o que muda é a mensagem.

O instrumento não é completamente neutro. Se questionarmos mais profundamente para além do instrumento, vamos perceber que, independentemente do conteúdo, o fato de ele entrar no relacionamento já está criando um novo tipo de religião, de espiritualidade, porque mesmo a religiosidade não é unívoca.

Essa nova realidade está exigindo outra coisa e nos faz considerar que, independentemente da mensagem de extrema esquerda ou da extrema direita, o simples fato da pessoa se relacionar via portal já está criando uma forma de espiritualidade ou uma forma de ver religião diferente. Isso é o que deve ser questionado. Esses são os desafios e perspectivas.

3. Conclusão

Finalizando, podemos afirmar com Spadaro⁸ que a rede é uma ambiência que muda a:

- Capacidade de existir
- Capacidade de procurar Deus
- Capacidade de escutar
- Capacidade de doar
- Capacidade de testemunhar
- Capacidade de pensar junto
- Capacidade de estar junto

8 Antônio Spadaro, jesuíta, diretor da Revista *Civiltà Cattolica*, de Roma, em palestra no Seminário sobre *Mídia e Religião*, no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos, em 2012. Os resultados foram publicados em e-book: VV. AA. *Mídias e religiões: a comunicação e a fé em sociedades em mediação*. São Leopoldo: Casa Leiria, 2013.

Spadaro afirma que as redes sociais não expressam um conjunto de indivíduos, mas de relações entre indivíduos. O conceito-chave não é mais presença na rede, mas conexão. Não basta estar na rede, é preciso a conexão⁹. Para ele,

juntas, todas as plataformas de redes sociais são uma ajuda em potencial às relações, mas também uma ameaça. A problemática consiste no fato de que a conexão e o compartilhamento na Rede não se identificam com o “encontro”, que é uma experiência muito desafiadora em nível de relacionamento.¹⁰

A incidência e as consequências dessa mudança epocal na vida das Igrejas e seu relacionamento com os fiéis ainda precisam ser medidas. Da parte das Igrejas, é necessário que se debrucem sobre o assunto e coloquem na pauta de suas reflexões a realidade das tecnologias e das redes digitais. Nesse momento, parafraseando um trabalho de 2002¹¹, a Igreja que não estiver consciente dessa realidade corre o risco de, em lugar de realizar a evangelização que deseja, ser engolida por uma dimensão que a sobrepassa. O enigma está posto para todos os que têm como missão trabalhar com a evangelização nas redes sociais.

Caso não seja adequadamente decifrado, ele devorará quem se atrever a desafiá-lo, mergulhando-o no turbilhão triturador de tantos ídolos e estrelas do passado.¹²

9 Cf. *ibid.*, p. 30.

10 *Ibid.*

11 GOMES, Pedro Gilberto. “Decifra-me ou te devoro...”: sobre a evangelização e a mídia do ponto de vista da comunicação. *Perspectiva Teológica*, n. 34, p. 335-350, 2002.

12 *Ibid.*, p. 350.

Referências

- FAXINA Elson; GOMES, Pedro Gilberto. *Midiatização: um novo modo de ser e viver em sociedade*. São Paulo: Paulinas, 2016.
- GOMES, Pedro Gilberto. “Decifra-me ou te devoro...”: sobre a evangelização e a mídia do ponto de vista da comunicação. *Perspectiva Teológica*, n. 34, p. 335-350, 2002.
- GOMES, Pedro Gilberto. *Tópicos de teoria da comunicação*. 2. ed. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2004.
- GOMES, Pedro Gilberto. *A filosofia e a ética da comunicação no processo de midiatização da sociedade*. 2. ed. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2006.
- GOMES, Pedro Gilberto. *Da igreja eletrônica à sociedade em midiatização*. São Paulo: Paulinas, 2010.
- GOMES, Pedro Gilberto. *Dos meios à midiatização: um conceito em evolução*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2017. (Coleção Focus).
- McLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1969.
- VV. AA. *Midias e religiões: a comunicação e a fé em sociedades em midiatização*. São Leopoldo: Casa Leiria, 2013.

QUARTA PARTE
INSTITUIÇÕES E
MIDIATIZAÇÃO

Stig Hjarvard
Muniz Sodré
José Luiz Braga

As duas faces da conectividade digital: a transformação das dependências sociais

The Janus face of digital connectivity: The transformation of social dependencies

Stig Hjarvard

Universidade de Copenhague

Resumo: A experiência da conectividade digital tem duas faces: a mídia *online* capacita o indivíduo a se comunicar e agir além do seu espaço social imediato, mas essas mídias também criam novas formas de dependências devido ao aumento da presença, na vida social cotidiana, das demandas institucionalizadas, por exemplo, o local de trabalho e o mercado. Com base em informações teóricas da teoria da dependência da mídia (BALL-ROKEACH et al., 2001), da teoria crítica (HABERMAS, 1989), do interacionismo simbólico (GOFFMAN, 1971) e das teorias da mídia de rede social (DIJCK, 2013), específico como a conectividade digital envolve uma reestruturação das interdependên-

cias sociais. A experiência ambígua de maior conectividade reflete um processo mais amplo de midiaticização em que as racionalidades instrumentais se tornam presentes e influentes nas configurações do mundo da vida. Os argumentos teóricos são ilustrados pelos resultados de uma pesquisa de dependência de mídia na Dinamarca.

Palavras-chave: Conectividade. Dependência. Digital. Indivíduo. Midiaticização. Virtualização.

Abstract: The experience of digital connectivity has a Janus face: Online media empower the individual to communicate and act beyond his or her immediate social space, but such media also create new forms of dependencies due to the increased presence in everyday social life of institutionalized demands from, for instance, the workplace and the market. Building upon theoretical insights from media dependency theory (BALL-ROKEACH et al., 2001), critical theory (HABERMAS, 1989), symbolic interactionism (GOFFMAN, 1971), and theories of social network media (DIJCK, 2013), I specify how digital connectivity involves a restructuring of social interdependencies. The ambiguous experience of increased connectivity reflects a wider process of mediaticization in which instrumental rationalities become present and influential in life-world settings. The theoretical arguments are illustrated by results from a survey of media dependency in Denmark.

Keywords: Connectivity. Dependency. Digital. Individual. Mediaticization. Virtualization.

“Desligue-me” exige a manchete na primeira página do famoso jornal semanal alemão *Die Zeit*. O jornal apresenta sua matéria principal sobre o aumento da auto-crítica sobre as vidas saturadas de mídia das pessoas, com o seguinte subtítulo: “Cada vez mais as pessoas querem se libertar de seus *smartphones*. Elas querem ficar inacessíveis” (DIE ZEIT, 2015). A manchete do jornal alude à música eletrônica, que foi *hit* em 1981, da banda alemã *Kraft-*

werk “Computerliebe” (“Amor pelo computador”), com seu refrão “ligue-me, desligue-me” (“Schalt mich ein, schalt mich aus”). Nesta música, Kraftwerk imagina não apenas computadores e humanos se tornando emocionalmente unidos uns aos outros, mas também o mais profundo de todos os sentimentos – o amor – tornando-se programável, tornando a mais íntima das relações sociais dependente da tecnologia digital. Apesar da mensagem clara no título, a imagem que acompanha a história em *Die Zeit* ressalta os sentimentos ambíguos ligados à dependência da tecnologia digital: na imagem, uma jovem mergulha na água que respinga numa tela de *smartphone*, evocando a atração do movimento ilimitado, um mergulho livre no oceano de informações da internet. O texto diz “desligue-me”, mas a imagem diz “ligue-me”.



Figura 1 - Primeira Página do jornal *Die Zeit*, de 16 de julho de 2015. A manchete (“Desligue-me”) e a imagem parecem refletir opiniões diferentes sobre a atração da conectividade.

As desvantagens da mídia onipresente e os problemas de as pessoas estarem sempre conectadas estão

começando a entrar em discussões públicas em diversos contextos sociais. As discussões sobre a influência da mídia digital e *online*, por exemplo, cada vez mais abordam preocupações com os seus efeitos negativos sobre o ensino e a aprendizagem, devido à presença generalizada de computadores e da internet na sala de aula; o problema de os funcionários terem seu tempo de lazer invadido por comunicações relacionadas ao trabalho, e a incapacidade das pessoas em evitar a vigilância, tanto de parte de empresas privadas quanto de autoridades públicas. Um mercado crescente de conselhos de autoajuda emergiu, relacionado a como se desconectar das mídias ou, pelo menos, como reduzir o tempo gasto com televisão, mídia social ou jogos de computador. Uma análise de tais guias de autoajuda sugere que, como resposta para o que é experimentado como mídia invasiva, estratégias de “domesticação reversa” são promovidas para permitir que os indivíduos e suas famílias mantenham as mídias a uma distância consciente e, assim, reduzam ou alterem a influência da mídia nos contextos cotidianos (KARLSEN; SYVERTSEN, 2016). Para muitas pessoas, contudo, a desconexão não é uma opção real, já que a mídia *online* se institucionalizou como indispensável para as vidas familiar e de trabalho das pessoas, além de ter também se integrado ao tecido de instituições mais amplas, como a política e a administração pública. Em particular, como afirma Morozov (2017), as pessoas que trabalham na “economia *gig*” [economia sob demanda], em expansão e geralmente precária, de empregos de meio período, empregos flexíveis, como os motoristas da empresa de táxis Uber, não podem se permitir a desconexão, uma vez que seus trabalhos são baseados numa infraestrutura digital que os compele a estarem conectados ou a perderem a próxima fatia de renda.

Neste artigo, abordarei a natureza transformadora das conexões digitais e, em particular, examinarei as tensões entre experiências de aumento de autonomia in-

dividual e novas formas de dependência de poderes sistêmicos e institucionais. Ambas as experiências são reais e refletem o caráter ambíguo e duplo do aumento da conectividade. As mídias interativas e *online* permitem que o indivíduo se comunique e aja para além do espaço social imediato e seus limites e deveres locais, mas estas mídias também criam e propagam novas formas de dependência devido tanto às características estruturais das próprias mídias quanto às novas maneiras com que as mídias digitais geram uma integração e uma presença contínua de demandas institucionalizadas, por exemplo, do local de trabalho e do mercado. Na perspectiva da teoria da midiatização (HJARVARD, 2013), as implicações políticas, sociais e culturais das mídias onipresentes não podem simplesmente ser abordadas do ponto de vista da “mediação”, isto é, os encontros comunicativos dos indivíduos por e pelas várias mídias. Ao chamar atenção para o processo de “mediação”, enfatizamos como as mídias *online* estão implicadas na *mudança*¹ social e cultural e como, através destas mudanças, chegam a *condicionar*² – embora não determinem – os modos pelos quais as pessoas podem ou não podem comunicar e interagir entre si. Seguindo esta perspectiva, focalizarei o papel da mídia em reestruturar as interdependências sociais.

A integração das mídias digitais e *online* em esferas cada vez mais sociais e culturais representa uma *midiatização intensificada*, que não só permite uma interação “mais” digital, mas também reestrutura as condições sociais sob as quais interagimos. Como Dijck (2013) enfatizou em seu estudo de mídias de rede social, tais mídias não comunicam somente relações sociais, mas também produzem novas formas de socialidade. As novas formas de relacionamentos em rede e de interações sociais envolvem uma mudança das dependências sociais entre o indi-

1 Grifo do autor.

2 Grifo do autor.

víduo, a comunidade mais ampla e as mídias. Para examinar estas formas de interdependência em transformação, vou recorrer à teoria já existente da dependência da mídia (BALL-ROKEACH, 1985; JUNG, 2017) e buscarei integrá-la ao quadro sociológico geral da teoria da midiatização. A discussão será predominantemente de natureza teórica, mas também incluirá algumas descobertas de uma pesquisa empírica sobre as experiências das pessoas de como as mídias podem interferir nos quadros sociais existentes e reestruturar dependências em suas vidas cotidianas.

1. A mídia e a dependência social

A teoria da midiatização tem, desde seu início, abordado questões que se referem à dependência, uma vez que o próprio conceito implica que os campos social e cultural se entrelaçam com e dependem de várias mídias. Em meus próprios escritos, a crescente dependência da cultura e da sociedade das mídias e de suas lógicas está no cerne da definição de midiatização (HJARVARD, 2013, p. 17). O desenvolvimento das mídias em um domínio institucional semi-independente na sociedade – governado por suas próprias lógicas tecnológicas, estéticas e institucionais – e a crescente dependência de outras instituições dos recursos comunicativos das mídias tornaram outros domínios institucionais dependentes das lógicas da mídia, incluindo tanto as “grandes” instituições, como as instituições políticas, quanto as “pequenas” instituições, como a família. A dependência é raramente uma via unidirecional, mas é mais frequentemente uma relação recíproca, dupla ou multifacetada, através da qual as entidades sociais são conectadas umas às outras dentro de uma rede de obrigações e trocas, aproveitando-se dos recursos umas das outras durante a interação diária. Por exemplo, quando instituições políticas se tornam midiatizadas, a consequência pode ser não somente uma dependência crescente da po-

lítica da mídia, como os atores políticos fiando-se cada vez mais em recursos midiáticos para se comunicarem com seus eleitores, mas também uma dependência da mídia das instituições políticas, como jornalistas sendo dependentes dos políticos como fontes políticas. A influência dos processos de mediação sobre as dependências entre várias instituições não deve ser compreendida como um jogo empatado, no qual os domínios, tais como a política ou a família, simplesmente perdem autonomia enquanto se tornam dependentes da mídia. Como, por exemplo, Aelst et al. (2014) e Dodges e Jarren (2014) afirmaram, as lógicas da mídia não necessariamente se opõem diretamente às lógicas de outros domínios institucionais, mas podem estar sobrepostas. É, portanto, necessário distinguir entre as várias entidades e camadas em cada domínio, já que a reestruturação das dependências pode influenciar o domínio institucional como um todo e as várias organizações e indivíduos dentro do domínio de maneiras diferenciadas (HJARVARD, 2017b). Por exemplo, as crianças e os adolescentes podem, como parte de sua crescente dependência da mídia móvel, vivenciar tanto uma crescente independência em relação aos seus pais quanto uma maior dependência em relação às suas redes de pares.

A noção de “dependência” frequentemente envolve avaliações normativas e críticas dos relacionamentos. Este é claramente o caso da “teoria da dependência” nas ciências sociais, que aborda relações desiguais entre o centro e a periferia, ou seja, a dominação ocidental e a exploração dos países em desenvolvimento (por exemplo, FRANK, 1967). As análises da influência de novas mídias geralmente envolvem a dependência com implicações normativas explícitas ou implícitas no que se refere a pessoas e à mídia. Particularmente em seus escritos posteriores, Turkle (2011) lamenta o vazio dos laços sociais que cultivamos através da mídia *online*: “Falamos em ‘passar’ horas no e-mail, mas nós, também, estamos sendo con-

sumidos [...] Os laços que formamos através da internet não são, no final, os laços que prendem. Mas são laços que preocupam” (TURKLE, 2011, p. 280). Para Turkle (2011), um problema-chave com os relacionamentos sociais formados pela mídia *online* é precisamente que eles liberam as pessoas dos laços fortes, das interdependências sociais duradouras que subjazem a um verdadeiro relacionamento. No outro extremo deste espectro normativo encontramos Rainie e Wellman (2014), que celebram a habilidade do indivíduo de libertar-se do “casulo delimitado” dos fortes laços locais e sociais. A internet e a mídia móvel interativa oferecem um novo sistema operacional social que promove uma nova forma de “individualismo em rede”, tendo como base laços muito mais fracos: “O movimento em direção a um sistema operacional em rede se baseia na conectividade flexível entre indivíduos e na capacidade de confiar uns nos outros em quaisquer distâncias e grupos sem exigir a força coesiva da tribo para punir as transgressões” (RAINIE; WELLMAN, 2014, p. 57). O individualismo em rede permite que o indivíduo se liberte das dependências existentes, e as possibilidades são limitadas somente pela própria capacidade individual de manobrar na rede estendida.

O problema com estas duas posições conflitantes é que sua abordagem normativa ou crítica está baseada numa perspectiva que toma, como seu ponto de partida, o encontro do indivíduo com a rede. Em vez disso, precisamos de uma perspectiva holística que nos permita examinar as dependências mútuas como propriedades estruturais de interligação de redes de mídias, de indivíduos e instituições sociais. Somente a partir de tal perspectiva holística, estrutural e relacional é possível acessar as implicações completas da reestruturação das dependências sociais através da crescente influência da mídia. Tanto Turkle (2011) quanto Rainie e Wellman (2014) enfatizam aspectos importantes dos desenvolvimentos atuais,

mas suas perspectivas individualistas não lhes permitem considerar como as experiências de esvaziamento ou liberdade individual podem estar circunscritas pela rede de relacionamentos e dependências que as várias mídias carregam com elas. Sem tal perspectiva estrutural, podemos facilmente ficar presos na antiga dicotomia entre os efeitos fortes da mídia *versus* os efeitos fortes na audiência, agora já projetados na era das mídias digitais e de redes. Turkle (2011) tende a ecoar a ideia dos efeitos fortes da mídia, no sentido de que se diz que as mídias digitais minam a capacidade individual de sustentar laços sociais fortes e significativos. Rainie e Wellman (2014) reafirmam o paradigma das audiências poderosas na era das novas mídias, salientando as capacidades dos usuários das novas mídias para usar o sistema social das redes digitais para seus próprios propósitos. Para Turkle (2011), as mídias digitais são também poderosas, enquanto para Rainie e Wellman (2014) as mídias empoderam o usuário individual já competente para o seu uso.

Dentro dos Estudos de Mídia e Comunicação, a chamada “teoria da dependência da mídia” (BALL-ROKEACH, 1985) procurou desenvolver “uma abordagem ecológica para compreender as relações de dependência dos indivíduos com as mídias no contexto das relações individuais, organizacionais e de níveis sociais e mudanças” (JUNG, 2017, p. 5). A teoria da dependência da mídia foi inicialmente desenvolvida devido à insatisfação com ambas as ideias de efeitos fortes da mídia e de efeitos fortes na audiência, por exemplo, pesquisa de uso e gratificação (BALL-ROKEACH; DEFLEUR, 1976). Nem as mídias nem os usuários das mídias são inerentemente fracos ou fortes, mas estão circunscritos por relações de dependência de poder nos níveis micro, meso e macro da sociedade. Conforme esta abordagem ecológica ou holística, a influência da mídia sobre o conhecimento, as opiniões ou o comportamento de um indivíduo deveria ser considerada à luz

das dependências do indivíduo em relação ao conjunto de mídias disponíveis a ele. Entretanto, a dependência de várias mídias não é configurada apenas pela mídia, mas também pelo conjunto mais amplo de relacionamentos nos quais os indivíduos, as organizações e as mídias estão inseridos em diversos contextos institucionais. De acordo com a teoria da dependência da mídia, os meios de comunicação constituem um sistema de informação dentro da sociedade (“informação” compreendida num sentido mais amplo, também envolvendo entretenimento, etc.), e a dependência do indivíduo em várias mídias é um resultado de vários objetivos que ele busca devido à sua posição na estrutura social geral. As diversas mídias representam os recursos de informação dos quais os indivíduos podem ser dependentes para a procura de diferentes objetivos sociais, mas, por causa destas diferentes posições sociais dos indivíduos, estes objetivos e dependências não são uniformes. A dependência da mídia enquanto um recurso de informação é diferente para um adolescente de um bairro suburbano de baixa renda e para um banqueiro de meia-idade do centro da cidade. Além disso, as dependências da mídia estão sujeitas a circunstâncias contingentes, por exemplo, situações de insegurança social ou experiências individuais de ambiguidade informacional. A teoria da dependência da mídia postula que, em geral, quanto mais alto o grau de insegurança ou ambiguidade, mais os indivíduos se tornarão dependentes da mídia como um sistema de informação.

A teoria da dependência da mídia foi originalmente desenvolvida para conceituar as interdependências dos indivíduos, dos meios de comunicação e da sociedade na era dos meios de comunicação de massa, e o quadro teórico foi sendo subsequentemente reformulado para uma “teoria de infraestrutura da comunicação”, à luz das profundas alterações resultantes do surgimento da internet e das mídias móveis. Este quadro preserva a ideia original

de uma abordagem ecológica que integra interdependências micro, meso e macro entre entidades sociais de diversos níveis, ao mesmo tempo que leva em consideração que a ambiência das novas mídias não apenas configura um sistema de informação, mas também oferece uma infraestrutura para a ação comunicacional de todos os atores sociais, indivíduos e organizações (ROKEACH et al., 2001). A infraestrutura tanto permite como restringe a ação comunicativa por parte dos indivíduos e organizações, e a dependência de vários atores, nesta infraestrutura, se reflete no grau e nos tipos de conexão dentro de uma ambiência geral de mídia digital (JUNG et al., 2012; JUNG, 2017).

A teoria da dependência da mídia difere da teoria da midiaticização por concentrar seu foco nos processos de mediação. O quadro sociológico holístico foi desenvolvido para descrever melhor os modos pelos quais as várias mídias condicionam a ação comunicativa. Esta também é uma preocupação da teoria da midiaticização, mas esta última a combina com um forte interesse no papel da mídia nos processos de mudança social e cultural. A partir da perspectiva da teoria da midiaticização, a teoria da dependência da mídia fornece uma compreensão importante em sua ênfase no caráter multinível e recíproco das relações de dependência. As dependências da mídia não são unicamente – e em alguns casos nem mesmo predominantemente – um produto da própria mídia, mas são igualmente um resultado de interdependências que ocorrem em diversas camadas entre indivíduos, organizações, mídias e instituições sociais. É através destas interdependências que vários meios de comunicação chegam a parecer relevantes, necessários e, às vezes, inevitáveis para a busca de objetivos sociais e o cumprimento de obrigações culturais (HJARVARD, 2017a). À luz disto, sugiro que a midiaticização também pode envolver processos através dos quais a mídia transmite dependências para outras instituições sociais. Diversas mídias *online* podem transmitir a

presença virtual das demandas institucionais para novas configurações sociais, ao mesmo tempo que enfraquecem a importância das demandas dos encontros sociais *offline* pelos quais os indivíduos passam no curso de suas vidas cotidianas.

2. Virtualização do domínio institucional e interação social

Uma consequência importante da integração dos meios de comunicação em cada vez mais aspectos da vida social e cultural é a virtualização tanto dos domínios institucionais quanto da interação social localizada (HJARD, 2013, p. 33ss.). Em ambos os casos, estas mudanças envolvem uma reestruturação das dependências entre indivíduos, mídias e domínios sociais. No nível dos domínios institucionais (tais como a política, a família, a indústria e a educação), a presença de mídia *online* cria uma nova geografia social, pela qual os limites da instituição se tornam permeáveis e menos ligados ao espaço físico. Exemplos óbvios são as famílias divididas pelo trabalho migrante, que dão continuidade a interações emocionais, sociais e financeiras, atravessando países e continentes, através do uso de mídias *online* (MILLER; MADIANOU, 2012), e a disseminação do trabalho à distância para lares particulares (PERRONS, 2003). Nos dois exemplos, a mídia *online* se torna um recurso crucial para conduzir a vida cotidiana e, assim, implica uma dependência cada vez maior da mídia, mas os exemplos também demonstram uma reestruturação mais ampla das dependências envolvidas nestes processos. No caso das famílias divididas pela migração, a mídia pode proporcionar uma tecnologia social para assegurar a coesão familiar, já que a situação social das famílias dispersas envolve novos arranjos sociais, liberdades e dependências no que se refere à criação dos filhos, sexo, cidadania, tempo de lazer, etc. No caso do trabalho à dis-

tância realizado em casa, a reestruturação pode envolver mudanças nos equilíbrios entre vida-trabalho, novas condições para a criação dos filhos, etc.

Ao tornar possíveis novas formas de organização social, a mídia digital atua como um catalisador para transformações sociais mais amplas, das quais a crescente dependência da mídia é apenas um componente. As mídias são uma condição necessária, porém insuficiente, para a reestruturação das interdependências. Elas podem iniciar as mudanças, mas o desenvolvimento subsequente e a ancoragem de formas alternativas de organização social dependem da interação entre as redes de atores sociais envolvidos nos níveis micro, meso e macro da sociedade. A consequência da midiatização é uma crescente dependência da mídia e de suas várias lógicas, mas esta dependência também pode gerar dependências para com o trabalho, membros da família que estão distantes, etc. – ou, em alguns casos, afrouxar as dependências para com outros contextos sociais.

A virtualização das instituições e da interação social não torna o espaço físico supérfluo. Em vez disso, uma combinação entre espaços físicos e virtuais está acontecendo. As instituições tipicamente retêm um espaço físico dominante para suas principais atividades, como o lar para a instituição familiar, o parlamento para a instituição política, a escola para a instituição educacional e a fábrica ou o escritório para a instituição do trabalho. Contudo, os limites das instituições se tornam imprecisos e menos ligados ao espaço físico quando a mídia permite que os indivíduos e grupos “desempenhem” as atividades familiares, educacionais, de trabalho e políticas em vários cenários em várias configurações virtuais. A “combinação” de espaços virtuais e físicos segue as quatro dimensões da midiatização, identificadas por Schulz (2004): extensão, substituição, amalgamação e acomodação. Como os exemplos de famílias migrantes e trabalho à distância exemplificam, a

mídia claramente amplia o alcance das práticas institucionalizadas para além dos limites dos locais físicos, e algumas das práticas até agora vinculadas a locais específicos podem ser substituídas por novas práticas virtuais. Ao mesmo tempo, novas práticas virtuais são amalgamadas com outras práticas mais antigas e fisicamente vinculadas, e as novas e as velhas práticas se ajustam umas às outras. Por exemplo, no domínio institucional de aprendizagem e ensino, o desenvolvimento das pedagogias de “sala de aula invertida” exemplifica uma amalgamação combinada e uma acomodação entre atividades *online* e *offline*: os alunos podem se preparar em casa, assistindo a palestras *online*, lendo livros e fazendo anotações, enquanto na sala de aula física se engajam em atividades que, de alguma forma, lembram as atividades preparatórias que eram feitas em casa anteriormente, tais como resolução de problemas e trabalhos em grupos. A presença da mídia, tanto em casa quanto na sala de aula, permite que as antigas e as novas práticas de ensino se misturem de novas maneiras.

A combinação de fronteiras não está presente somente em nível institucional, mas também é perceptível no fluxo contínuo de interações sociais estabelecidas na vida diária. Neste nível micro da sociedade, a combinação de localização física e conexões virtuais coloca pressão sobre a condição mais crucial da interação social bem-sucedida: a capacidade dos indivíduos de concordar com a definição atual da situação social. De acordo com a análise de Goffman (1971) do encontro face a face, a interação dos participantes é orientada por uma interpretação compartilhada da situação social disponível. A interpretação é tipicamente guiada pelos tipos de pessoas envolvidas, a localidade, o *layout* físico, incluindo os “acessórios” disponíveis que podem ser utilizados durante a interação. Um encontro entre amigos íntimos num bar, com copos e jogando cartas à mesa, assim, sugere uma definição completamente diferente da situação de um encontro entre

estudantes e um professor numa sala de aula com quadro negro e giz. As pessoas podem tacitamente negociar os detalhes da situação (por exemplo, graus de formalidade), e as particularidades podem mudar durante o decorrer do encontro. Como o estudo de Goffman (1971) demonstra, nos mínimos detalhes, os participantes precisam concordar sobre a definição da situação social, caso contrário a interação fracassará e ocorrerão mal-entendidos e frustração.

Com a crescente interconectividade virtual, a capacidade de chegar a um acordo sobre a situação social entre pessoas num encontro presencial se torna mais frágil, principalmente porque o equilíbrio entre a capacidade do indivíduo e a capacidade do grupo de se comprometer e definir a situação social atual está inclinado em favor do indivíduo. Quando cada um dos participantes tem outras situações sociais disponíveis *online*, eles tendem a julgar a situação vinculada a um local fixo em relação a outras situações, potencialmente mais interessantes ou importantes, e podem optar por deixar a situação atual em favor das interações *online*. Isto acontece não apenas porque as pessoas podem individualmente escolher direcionar sua atenção a outros cenários, mas também porque a mídia *online* as torna disponíveis aos outros fora do local atual. Elas podem, por exemplo, ser chamadas, notificadas ou receber um *e-mail* dos cônjuges, dos filhos, dos funcionários ou de anunciantes. Deste modo, a interconectividade gera dependências de um contexto para outro, tanto em termos de obrigações para observar as regras de etiqueta comunicacional (por exemplo, as exigências de responder rapidamente às solicitações que são recebidas) quanto de ter um comprometimento social em relação aos outros (por exemplo, exigências de atender questões relacionadas aos membros da família, tarefas do trabalho, etc.). Em seu estudo sobre o uso dos computadores no trabalho no setor financeiro, Knorr Certina (2014) sugere que um novo tipo

de situação surgiu. A presença generalizada das telas de computador “transforma a situação face a face numa situação sintética” (KNORR CERTINA, 2014, p. 39). Com o termo “sintética” ela quer dizer que a interação face a face é transformada e aumentada pelas mídias inteligentes e interativas, ao mesmo tempo que a interação social se torna direcionada para e responsável pelos outros, tanto humanos distantes quanto sistemas tecnológicos, que não estão presentes.

As condições das situações sociais em processo de mudança não são apenas o resultado da invasão do encontro físico face a face pelo mundo virtual. A extensa disponibilidade virtual do mundo exterior de quase qualquer lugar e toda configuração institucional permitem que o indivíduo se envolva ativamente com e “navegue” por uma miríade de situações sociais. Além disso, a mídia digital pode aumentar a interação social através da presença constante de informação disponível *online*: o espaço interacional torna-se inteligente, permitindo ao indivíduo interagir de uma maneira mais informada com os outros que estão distantes e com aqueles que estão presentes fisicamente. Isto oferece a base para a experiência do empoderamento individual. Por exemplo, no trabalho, você pode escolher também conversar em *chat* com seus filhos, realizar transações financeiras e, em geral, buscar informação de qualquer lugar simplesmente ao tocar numa tela. No nível micro da interação social, esta conectividade generalizada é frequentemente vivenciada como um aumento na pressão por atenção. A atenção do indivíduo se torna dividida entre as várias situações sociais, *online* e *offline*, e a capacidade do grupo de fazer com que cada um cumpra uma definição primordial da situação social fica enfraquecida. Para o indivíduo, o comprometimento e a definição da situação social aparecem cada vez mais como uma questão de escolha, já que ele pode optar por sair da situação presente e, em

vez disso, envolver-se nas situações disponíveis *online*. Da perspectiva do indivíduo, isto pode parecer empoderamento, mas, uma vez que esta escolha está em princípio disponível para todos, o resultado não é necessariamente do interesse de ninguém. Como todos podem terminar dividindo sua atenção, todos podem vivenciar uma perda de atenção e comprometimento para com as situações sociais em que estão envolvidos.

3. Vivenciando as dependências midiáticas

Até este ponto, discuti as dependências em mudança num nível teórico, mas tentarei agora ilustrar empiricamente como algumas destas mudanças são experimentadas, focando em como a crescente presença das diversas mídias *online* é vivenciada como um distúrbio na condução diária da interação social. Os dados mostrarão como as regras e normas sociais para a interação social estão atualmente sob pressão devido à crescente conectividade e reestruturação das dependências. Estes resultados empíricos estão baseados em uma pesquisa realizada com 1.510 entrevistados. A pesquisa foi conduzida em colaboração com *YouGov*³ e os entrevistados foram amostrados pelo painel *YouGov*. A pesquisa foi conduzida *online* (*CAWI*⁴) no período de 28 de agosto a 08 de setembro de 2015. Os dados são ponderados a partir das dimensões de idade, sexo e localização geográfica, com base nas estatísticas da população geral da *Statistics Denmark*⁵ para ser considerados uma amostra representativa dos dinamarqueses com idades entre 18 e 74 anos.

3 Nota do tradutor: Referência ao site: <https://yougov.dk/>.

4 Nota do tradutor: *CAWI* – sigla em inglês para Computer-Assisted Web Interviewing. Técnica de entrevista realizada pelo computador, na qual os entrevistados fazem *login* em um *site* para terem acesso à pesquisa.

5 Nota do tradutor: <http://www.dst.dk/en/TilSalg/Forskningsservice>. Trata-se de um portal com dados estatísticos colhidos desde 1970 sobre a população da Dinamarca e que estão disponíveis para pesquisadores.

Como fica evidente na Figura 2, uma maioria considerável da população adulta dinamarquesa vivencia que alguém em seu círculo mais próximo de conhecidos tenha se tornado *muito dependente* do uso de uma ou mais mídias. A pesquisa também fornece detalhes sobre a mídia a que este caso se refere, e é predominantemente mídia *online* , como o celular, a internet, as mídias sociais e, em alguns casos, a televisão, que a maioria das pessoas considera responsável por este tipo de dependência excessiva. Pode-se dizer que a experiência generalizada de ser muito dependente de várias mídias, num nível geral, confirma que a mídia reestruturou dependências na vida social cotidiana. Entretanto, a natureza específica destas dependências pode envolver dimensões diferentes, tanto de natureza psicológica quanto sociológica, e a limitação do espaço deste ensaio predominantemente teórico me impede de buscar estas dimensões em seus mínimos detalhes. Por exemplo, o relacionamento pessoal, quase íntimo, que muitos usuários desenvolvem com seus celulares (MILLER, 2014) testemunha sua importância social, mas também pode implicar dimensões psicológicas separadas da dependência, como o Medo de Estar Perdendo Algo⁶ (PRZYBYLSKI et al., 2013). Em consonância com a perspectiva sociológica geral deste ensaio, limito-me a uma breve explicação dos problemas de dividir a atenção na interação social com base nos resultados desta pesquisa. A Figura 3 e a Figura 4 indicam que a presença de celulares e *tablets* durante a interação face a face é frequentemente vivenciada como um problema, no sentido de que as pessoas acham que a outra pessoa e elas mesmas estão menos presentes durante a interação. Quase metade da população frequentemente, ou com muita frequência, experimenta que outras pessoas estão menos presentes numa situação social, e 41% afirmam que isso acontece às vezes. Quando os entrevistados avaliaram sua própria

presença, eles a experimentam com bem menos frequência, mas, mesmo aqui, 11% afirmaram que isto acontece com frequência e 33% relataram que isso acontece às vezes. A diferença entre a avaliação da dependência da mídia das outras pessoas e da sua própria dependência da mídia coincide com o efeito geral de terceira pessoa, estipulando que as pessoas geralmente pensam que os outros são mais influenciados pela mídia do que elas próprias (WHITE; ANDSAGER, 2017).

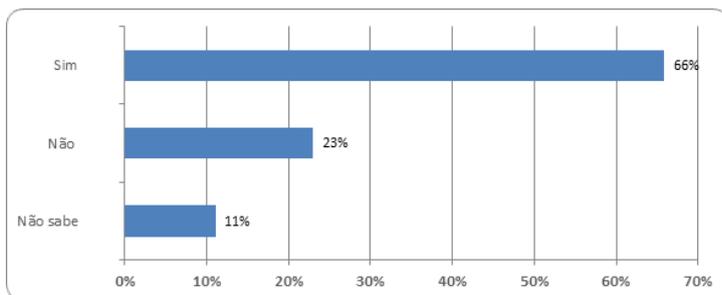


Figura 2 - A experiência generalizada de outras pessoas serem muito dependentes de várias mídias. Pergunta: "Você conhece alguém, no seu círculo mais próximo de conhecidos, que se tornou dependente do uso de uma ou mais mídias?" Base: entrevistados dinamarqueses com idade entre 18 e 74 anos. Painel YouGov. N=1510.

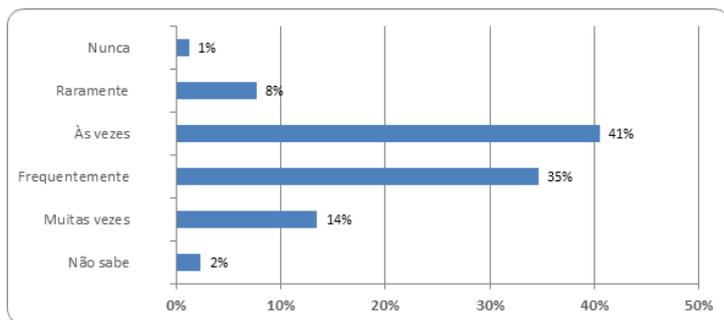


Figura 3 - A experiência da atenção dividida de outras pessoas. Pergunta: “Com que frequência você experimenta que celulares e tablets tornam as pessoas menos presentes na situação em que você está?” Base: entrevistados dinamarqueses com idade entre 18 e 74 anos. Painel YouGov. N=1510.

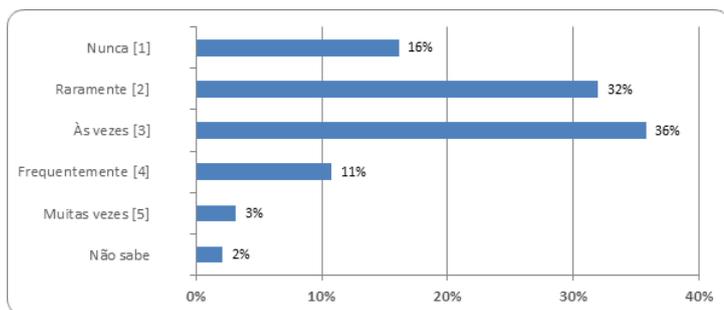


Figura 4 - A experiência da atenção dividida em seu próprio comportamento. Pergunta: “Com que frequência você experimenta que o seu próprio uso do celular ou tablet o torna menos presente na situação em que você está?” Base: entrevistados dinamarqueses com idade entre 18 e 74 anos. Painel YouGov. N=1510.

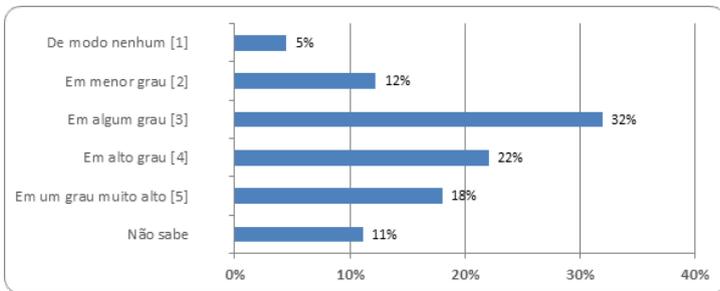


Figura 5 - A necessidade de receber orientações para o uso da mídia relacionada ao trabalho. Pergunta: “Até que ponto você acha que é uma boa ideia o seu local de trabalho ter diretrizes para o uso das mídias no que se refere ao trabalho (por exemplo, e-mail, internet, celulares)?” Base: entrevistados dinamarqueses com idade entre 18 e 74 anos que estão empregados ou estiveram empregados durante o ano anterior. Painel YouGov. N=1070.

Tanto a experiência da própria insuficiência quanto da dos outros na interação presencial atual devido à disponibilidade da mídia *online* pode refletir que as regras sociais informais de negociação da situação social atual, incluindo as regras relacionadas à presença e à atenção requerida dos participantes, ficaram sob pressão e ainda não foram suficientemente desenvolvidas para gerenciar a mídia *online* onipresente. A pesquisa também demonstra que muitas pessoas acham que precisam de ajuda mais formalizada para assegurar que a mídia *online* não interfira de maneira não produtiva na interação social. Quando perguntados sobre a necessidade de ter orientações estipuladas para o uso das mídias em relação ao trabalho (por exemplo, *e-mail*, internet, celulares), 40% dos entrevistados responderam que esta seria uma boa ideia num grau alto ou muito alto. 32% acham que é, em parte, uma boa ideia, 12% acham que é uma boa ideia em um grau menor, e apenas 5% acham que não é uma boa ideia. Pode haver muitas razões para as pessoas desejarem diretrizes mais formais para o uso das mídias em conexão com o trabalho, mas parece razoável sugerir que as pessoas vivenciam

dificuldades ao demarcar os limites entre tarefas de trabalho e outras atividades, tanto em relação à capacidade de se concentrar em assuntos relacionados ao trabalho quando deveriam estar trabalhando quanto, por outro lado, de estar livres do trabalho quando não presentes no local de trabalho. O aumento da conectividade técnica e as crescentes interdependências sociais que se seguiram à disseminação das mídias sociais *online* ainda estão em seus estágios iniciais, e as normas informais necessárias e regras formais para a administração deste novo cenário ainda não estão em vigor.

4. Mediação intensificada

A crescente integração das várias mídias em contextos cada vez mais institucionais e em situações interacionais da vida cotidiana reflete uma forma intensificada de mediação. A era dos meios de comunicação de massa, tais como a imprensa, o rádio e a televisão, transformou a vida pública e as instituições públicas, particularmente o domínio político, mas também outros domínios culturais. O fluxo diário de interações sociais estabelecidas foi claramente circunscrito e influenciado pela presença dos meios de comunicação de massa, das interações políticas diárias informadas pelos noticiários para a orientação da vida diária em relação à música popular, cinema e entretenimento. Contudo, as interações presenciais na esfera microssocial não foram permeadas pelas tecnologias que permitam que cada indivíduo interaja com outros não presentes no local físico. Esta combinação entre os mundos físico e virtual representa uma mediação intensificada em que o “mundo da vida” do cotidiano se torna mais fortemente conectado ao “mundo do sistema” de várias instituições, incluindo o mercado (HABERMAS, 1989).

Dijk (2013) fornece um estudo interessante que pode elucidar como esta interconexão entre o “mundo da

vida” e o “mundo do sistema” ocorre através das mídias sociais, embora não faça uso das categorias de Habermas. As mídias sociais, como o *Facebook*, *Twitter* e *WhatsApp*, tornaram-se uma infraestrutura presumida para a interação social, e Dijck (2013) usa um estudo histórico para reconstituir o modo como as várias mídias sociais desenvolveram suas operações ao amalgamar raciocínios comerciais e tecnológicos com as normas sociais de interação dos usuários. Dijck e Poell (2013) rotulam estes princípios operacionais de “lógicas da mídia social”, o que consiste em programabilidade, popularidade, conectividade e geração de dados. Estas lógicas das mídias sociais subjazem às novas formas de sociabilidade *online* em que as propriedades sistêmicas se misturam com as orientações do mundo da vida:

A pressão tecnológica de plataformas múltiplas para selecionar a pessoa ou a ideia mais popular e mais conectada é, por sua vez, reforçada pela pressão dos pares na vida real. A pressão dos pares tornou-se uma força híbrida social e tecnológica; as conexões entre as pessoas informam conexões automatizadas e vice-versa (DIJCK, 2013, p. 157).

As pressões tecnológicas estão incorporadas em algoritmos que não apenas aumentam as motivações sociais já existentes para que os indivíduos busquem a companhia dos outros, mas também são projetados para intensificar esta motivação e moldá-la para que obedeça às pressões sistêmicas – inclusive comerciais – para maximizar o número de interações *online*. As mídias *online*, incluindo as mídias sociais, permitem uma reconfiguração da relação entre o mundo do sistema e o mundo da vida, na qual as interdependências entre os vários contextos institucionais são enunciadas de maneiras novas e intensificadas. Dijck (2013) aponta para as interconexões entre as lógi-

cas das mídias sociais e as normas da vida cotidiana, mas, como vimos anteriormente, os processos de midiatização também transmitem novas dependências entre o mundo da vida e outros domínios institucionais, não apenas para com a mídia. Deste modo, as mídias criam estruturas sistêmicas e racionalidades instrumentais praticamente presentes e importantes para a comunicação nos encontros do mundo da vida, ao mesmo tempo que a comunicação no mundo da vida informa e se torna uma fonte – especialmente uma fonte de dados – para as partes sistêmicas da sociedade. O rastro digital das interações do mundo da vida se torna uma mercadoria valiosa que é vendida e usada para fins estratégicos, como o *marketing* de produtos e as campanhas políticas.

A midiatização intensificada da cultura e da sociedade, seguindo a disseminação da mídia digital e *online*, é frequentemente experimentada como um desenvolvimento com duas faces, simultaneamente liberando o indivíduo e produzindo novas formas de dependência social. Estes dois aspectos não são necessariamente vivenciados igualmente por todos. Para alguns, as oportunidades individuais parecem ser o lado mais proeminente da história; para outros, o aumento da dependência parece restringir a promessa dessas oportunidades. Para compreender sociologicamente estas diferentes experiências, devemos ultrapassar tanto o paradigma dos efeitos fortes da mídia quanto o dos efeitos fortes dos usuários ao examinar como as dependências da mídia estão envolvidas numa reestruturação das interdependências sociais entre indivíduos, organizações, mídias e diferentes domínios institucionais.

Referências

AELST, P. v.; THESEN, G.; WALGRAVE, S.; Vliegenthart, R. Mediatization and Political Agenda-Setting: Changing Issue Priorities? In: ESSER, F.; STRÖMBÄCK, J.

- (ed.). *Mediatization of Politics: Understanding the Transformation of Western Democracies*. New York: Palgrave Macmillan, 2014. p. 200-220.
- BALL-ROKEACH, S. J. The Origins of Individual Media System Dependency: A Sociological Framework. *Communication Research*, v. 12, n. 4, p. 485-510, 1985.
- BALL-ROKEACH, S. J.; DEFLEUR, M. L. A Dependency Model of Mass-media Effects. *Communication Research*, v. 3, n. 1, p. 3-21, 1976.
- BALL-ROKEACH, S. J.; KIM, Y.-C.; MATIE, S. Storytelling Neighborhood. *Communication Research*, v. 28, n. 4, p. 392-428, 2001.
- DIJCK, J. v. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford: Oxford University Press, 2013.
- DIJCK, J.; POELL, T. Understanding Social Media Logic. *Media and Communication*, v. 1, n. 1, p. 2-14, 2013.
- DONGES, P.; JARREN, O. Mediatization of Political Organizations: Changing Parties and Interest Groups? In: ESSER, F.; STRÖMBÄCK, J. (ed.). *Mediatization of Politics: Understanding the Transformation of Western Democracies*. New York: Palgrave Macmillan, 2014. p. 181-199.
- FRANK, A. G. *Capitalism and Underdevelopment in Latin America*. New York: Monthly Review Press, 1967.
- GOFFMAN, E. *The Presentation of Self in Everyday Life*. London: Penguin, 1971.
- HABERMAS, J. *The Theory of Communicative Action: Vol. 2: Lifeworld and System: A Critique of Functionalist Reason*. London: Heinemann, 1989.
- HJARVARD, S. *The Mediatization of Culture and Society*. London: Routledge, 2013.
- HJARVARD, S. Mediatization: Critical Theory Approaches to Media Effects. In: RÖSSLER, P.; HOFFNER, C. A.; ZONEN, L. V. (ed.). *The International En-*

- cyclopedia of Media Effects*. Malden, MA: Wiley-Blackwell, 2017a. v. 3, p. 1221-1241. DOI: 10.1002/9781118783764.wbieme0107
- HJARVARD, S. The Logics of the Media and the Mediatized Conditions of Social Interaction. In: THIMM, C. et al. (ed.). *Media Logics*. Basingstoke, UK: Palgrave, 2017b.
- JUNG, J-Y. Media Dependency Theory. In: RÖSSLER, P.; HOFFNER, C. A.; ZOONEN, L. V. (ed.). *The International Encyclopedia of Media Effects*. Malden, MA: Wiley-Blackwell, 2017. p. 1-10.
- JUNG, J-Y.; LIN, W. Y.; KIM, Y-C. The Dynamic Relationship between East Asian Adolescents' Use of the Internet and Their Use of Other Media. *New Media & Society*, v. 14, n. 6, p. 969-986, 2012.
- KARLSEN, F.; SYVERTSEN, T. You Can't Smell Roses Online: Intruding Media and Reverse Domestication. *Nordicom Review*, v. 37(special issue), p. 25-39, 2016.
- KNORR CERTINA, K. Scopic Media and Global Coordination: The Mediatization of Face-to-face Encounters. In: LUNDBY, K. (ed.). *The Mediatization of Communication*. Berlin/Boston: De Gruyter Mouton, 2014.
- MILLER, J. The Fourth Screen: Mediatization and the Smartphone. *Mobile Media & Communication*, v. 2, n. 2, p. 209-226, 2014.
- MILLER, D.; MADIANO, M. *Migration and New Media: Transnational Families and Polymedia*. London: Routledge, 2012.
- MOROZOV, E. 2017. So you want to switch off digitally? I'm afraid that will cost you... *The Guardian*, 19 fev. 2017. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/feb/19/right-to-disconnect-digital-gig-economy-evgeny-morozov>>.
- PERRONS, D. The New Economy and the Work-Life Balance: Conceptual Explorations and a Case Study of

- New Media. *Gender, Work & Organization*, v. 10, n. 1, p. 65-93, 2003. doi:10.1111/1468-0432.00004
- PRZYBYLSKI, A. K.; MURAYAMA, K.; DEHAAN, C. R.; GLADWELL, V. Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing out. *Computers in Human Behavior*, v. 29, p. 1841-1848, 2013.
- RAINIE, L.; WELLMAN, B. *Networked: The New Social Operating System*. Cambridge, Mass.: MIT Press, 2014.
- SCHULZ, W. Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept. *European Journal of Communication*, v. 19, n. 1, p. 87-101, 2004.
- TURKLE, S. *Alone together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York: Basic Books, 2011.
- WHITE, H. A.; ANDSAGER, J. L. 2017. Third-Person Effect: Basic Concept. In: RÖSSLER, P.; HOFFNER, C. A.; ZOONEN, L. v. (ed.). *The International Encyclopedia of Media Effects*. Malden, MA: Wiley-Blackwell, 2017. p. 1-10.

Entre a instituição e a organização

Between institution and organization

Muniz Sodré¹

Resumo: Parece-nos essencial a distinção entre instituição e organização na abordagem do relacionamento entre instituições sociais e mediação. A intersubjetividade vivida na diferença para com as codificações operadas pelos dispositivos de mídia. Trata-se de esclarecer que a mediação não é metáfora para uma totalidade substancial, e sim o conceito (assim como mídia também é conceito) descritivo de um processo de mudanças qualitativas em termos de configuração social por efeito da articulação da tecnologia eletrônica com a vida humana. O bios virtual como biopoder.

Palavras-chave: Instituição. Organização. Mediação. Biopoder.

Abstract: It is essential to us to distinguish between institution and organization in approaching the relationship between social institutions and mediation. The intersubjectivity lived in the difference to the encodings operated by the devices of media. It is to clarify that mediation is not a metaphor for a substantial totality, but the concept (as media is also a concept) descriptive of a process of qualitative changes in terms of social configuration by effect of the articulation of electronic technology with human life. The virtual bios as biopower.

1 Professor emérito da Universidade Federal do Rio de Janeiro, escritor.

ated by the media devices. This means to clarify that mediatization is not a metaphor for a substantial totality, but the descriptive concept (just as media is also a concept) of a process of qualitative changes in terms of the social configuration due to the articulation of electronic technology with human life. The virtual bios as biopower.

Keywords: Institution. Organization. Mediatization. Biopower.

Introdução

Em qualquer correlação que se possa fazer entre vida institucional e a midiatização em curso nas tecnodemocracias ocidentais, parece-nos estratégico tomar como ponto de partida uma distinção que não é nada clara na velha análise sociológica do funcionamento social, isto é, a distinção entre organização e instituição sociais.

Geralmente se tem como assentado que as duas palavras designam indiferentemente a normatização de regras e condutas para grupos, desde que reconhecidos (o que não seria o caso de uma organização criminosa) num processo de interação social. Nessa indiferença, a organização bancária pode ter o mesmo grau de reconhecimento social que uma organização ou instituição escolar. No limite, porém, reserva-se o conceito de instituição a um tipo de organização ou de regulação de condutas sem finalidades estritas, em que não prevaleça a dimensão econômica, por exemplo. A instituição define um modo de regulação que assegura, de maneira duradoura, a transmissão de um saber obrigatoriamente internalizado. É o caso da família, da escola, da religião, do exército, etc., que são modos regulatórios permeados e constituídos por uma multiplicidade de forças e discursos, com função pedagógica, voltados para a aglutinação de membros.

Nesses modos regulatórios está implicada a *mediatização* em toda a sua complexidade semiótica e social.

Mediação é o ato originário de qualquer cognição, porque implica o trânsito ou a “comunicação” da propriedade de um elemento para outro, por meio de um terceiro termo. Sobre esse conceito debruça-se o pragmatista Charles Sanders Peirce, abordando questões essenciais da comunicação e da representação, para mostrar como se constitui a ação mediadora da *semiose*. Esta última é possibilitada pelo *a priori* de um comum, pela pressuposição de uma dimensão comunitária, habitada por uma *quase-mente*, uma espécie de “mente comunitária” ou *commens*.

O pragmatista está teoricamente preocupado com o processo individualizado da comunicação linguística. Mas, ao invocar o conceito de comunidade (ação recíproca entre agente e paciente, portanto comunicação enquanto ser-em-comum, vinculação fusional entre um eu e outro), ele dá margem à expansão de seu escopo para a dimensão coletiva, onde a vinculação aparece como a radicalidade da diferenciação e da aproximação entre os seres humanos, e daí como *a estratégia sensível que institui a essência do processo comunicativo*, este que John Dewey chamava de “interação comunal”.

No círculo discursivo da filosofia, esse é um conceito fortemente característico do pensamento de Hegel, que rejeita a hipótese de um conhecimento intuitivo ou imediato das coisas. A mediação é o ato originário de qualquer cognição: o ser é necessariamente mediado. O que Hegel chama de “homem real e verdadeiro” resulta de sua interação com os outros; logo, a ideia que o homem faz de si mesmo (o seu “eu”) depende da mediação, que exprime o reconhecimento do outro.

Se reinterpretarmos essa argumentação dentro de uma perspectiva genealógica de constituição do grupo social organizado, chegaremos à palavra “relação”, denotativa das conexões nas esferas da produção e da exploração, mantidas pelos grupos entre si dentro de um mesmo conjunto ou para com outros conjuntos, o que leva ao enten-

dimento de *social* como uma totalidade ou um sistema de relações. O social (*socius*) é uma noção histórica, moderna, desenvolvida no âmbito de relações jurídicas entre sujeitos e diversa do que está implicado em noções como *ritual* ou *comunitário*, nas quais predomina uma vincularidade intersubjetiva geralmente desconsiderada pela análise sociológica. No entanto, da *vinculação* ou do entrelaçamento cultural constitutivo do ser social é que surgem instituições capazes de funcionar como operadores da identidade humana. São vinculativos os discursos, as ficções e os mitos de fundação da comunidade histórica que preside às identificações com o Estado-Nação, com os valores (comunidade, família, trabalho, etc.) e com o *ethos* ou atmosfera emocional coletiva.

A ideia do vínculo aplicada à constituição do psiquismo é também desenvolvida na teoria psicanalítica pelo argentino Pichon-Rivière, que localiza as bases materiais da historicidade do indivíduo no interior de uma *estrutura vincular*, com vincularidade interna e externa². De modo geral, vincular-se (diferentemente de apenas relacionar-se) é muito mais do que um mero processo interativo, porque pressupõe a inserção social e existencial do indivíduo desde a dimensão imaginária (imagens latentes e manifestas) até as deliberações frente às orientações práticas de conduta, isto é, aos valores.

A vinculação é propriamente *simbólica*, no sentido de uma exigência radical de partilha da existência com o Outro, portanto dentro de uma lógica profunda de *deveres* para com o *socius*, para além de qualquer racionalismo instrumental ou de qualquer funcionalidade societária. Entenda-se: os homens mantêm, uns com os outros, um vínculo existencial, por sua vez articulado com a totalidade social, que desenha o espaço-tempo de uma formação social. A mediação entre o vínculo e a sociedade é operada por algo

como aquilo que Rethel chamou de “síntese social”³, isto é, uma série de funções institucionais que orientam comportamentos e atitudes. Para ele, as estruturas do pensamento socialmente necessário a uma época estão estreitamente ligadas às formas assumidas pela síntese social.

O saber da instituição é tanto ideia como vinculação e comportamento. Mas é um saber transindividual – assim, para Marcel Mauss, instituição é um modo de pensar e de fazer independente do indivíduo. No plano estritamente institucional, o modo de ser de um comportamento tem a ver com a ontologia dos modos humanos de perceber e de realizar algo no mundo. Os atos de perceber, sentir, pensar, conhecer, empenhar-se e fazer implicam o levar-se a si mesmo ao encontro (“com”) de um *comum*, que é o centro aglutinador da instituição.

Uma das noções sociologicamente compatíveis com esse comum é a de *sociedade civil*, que, já em meados do século XVIII, o filósofo escocês Adam Ferguson opunha à noção de indivíduo isolado. Isoladamente, a palavra “civil” (derivada do latim *civilis*, adjetivo referente a *civis*, cidadão) conota a ideia do sujeito desvinculado de uma função estatal, mais especificamente, de uma obrigação militar. A etimologia é aqui pertinente, uma vez que o termo mantém, em suas reinterpretações históricas, a tensão da diferença entre Estado e povo. Em Kant, a noção de sociedade civil é ampliada como a ideia de um todo constitucionalmente construído por um poder legítimo (a *bürgerliche Gesellschaft*) para garantir a liberdade dos sujeitos: uma constituição civil e política (*pactum unionis civilis*) edificaria a “sociedade civil perfeita”.

Diferentemente, Hegel distingue Estado de sociedade civil, atribuindo ao primeiro uma primazia das ações voltadas para os interesses universais e reservando à segunda (que chama também de *sistemas de necessidades*) o lugar das ações comprometidas com interesses particu-

3 Este conceito é introduzido por SOHN-RETHEL, 1979.

lares ou privados: o homem da sociedade civil é, assim, o mesmo do trabalho ou da produção e, por isso, empenha-se na hegemonia política e cultural de seu grupo social sobre toda a sociedade.

Dessa linha de pensamento, criticamente continuada por Marx e Engels, parte Gramsci para recusar a distinção hegeliana entre Estado e sociedade civil em favor da ideia de uma totalidade – não ao modo kantiano, e sim marxista, portanto, conflituoso – onde se desenrolam as lutas de classes. Nesse “Estado integral” ou “Estado ampliado”, ele distingue, no entanto, *sociedade política* (fonte das ações submetidas pela força do Estado ao controle constitucional ou legal) de *sociedade civil*, entendida como a base social das formas concretas de organização das visões de mundo, de sociabilidade e de cultura, onde se travam as lutas por *hegemonia*, isto é, pela força consensual de convencimento ou de imposição ideológica. Na visão gramsciana, a sociedade civil é, por excelência, o espaço da atividade política.

Fora do âmbito marxista da luta de classes, há análises que despolitizam o conceito de *sociedade civil*, transformando-o numa espécie de “terceiro setor” que contempla “objetos de menor porte”, conduzido apenas pelas forças do Estado e do mercado, tal como especifica Wolfe: “A sociedade civil tem sua atenção voltada para famílias, comunidades, organizações voluntárias, sindicatos e movimentos de base espontâneos – todas essas modalidades de organização social, definidas pelo fato de que estão cercadas por instituições ainda maiores e mais abstratas. A característica fundamental da sociedade civil é que ela é flexível, disponível e aberta às pessoas comuns, à vida cotidiana.”⁴

Ou seja, na visão desse pesquisador norte-americano, sociedade civil é o lugar – quase midiático, neutralizador das oposições de classe social efetivamente atuantes no real-histórico de um grupo social – de predomínio

de instituições, concebidas como figuras lógicas de uma territorialidade afim ao compromisso das comunidades com seu meio ambiente, ativas e responsáveis com relação a direitos sociais. Em última análise, é um lugar de equilíbrio entre as obrigações e os direitos inerentes ao funcionamento institucional das relações sociais.

Em qualquer dos casos, porém, está em jogo na sociedade civil a *institucionalidade*, entendida como a condição social proveniente da *Constituição*, no sentido dado a esta palavra pelo notório pensador político e jurista alemão Carl Schmitt, ou seja, não o conteúdo de leis ou normas (o que ele chama de “lei constitucional”), mas a decisão política fundamental e soberana de um povo em regime democrático, da qual ela é reflexo social, jurídico e político⁵.

Por outro lado, o encontro com o comum visado pela instituição tem tido a ver até agora com uma ontologia da percepção e do conhecimento dependente de uma matriz de pensamento (platônica e aristotélica) que define o ser como presença e o real como toda “substância primeira” ou todo “indivíduo” que se represente de modo individualizado. Ao mesmo tempo, o indivíduo tem corpo, o que faz de todo e qualquer pensamento ontológico uma ontologia do corpo, quer esta se manifeste por faculdades de apreensão sensível ou inteligível. Dentro desse escopo, um pensamento ou uma ação é tão corporal quanto um objeto.

Uma *organização*, por sua vez, define-se pela regulação de finalidades objetivas e comuns, porém voltadas para a produção de bens e serviços – portanto, circunscreve-se basicamente ao setor produtivo –, embora existam *organizações voluntárias* (sindicatos, partidos políticos, ONGs, etc.) destinadas à defesa de interesses de grupos. A organização é também transindividual, mas, diferentemente da instituição, ela surge de uma deliberação racional por parte de um indivíduo ou de um grupo, ao

5 Cf. SCHMITT, 1934.

contrário da gênese espontânea ou comunitária da instituição, que se desenvolve no âmbito orgânico do *elemento histórico*. A organização articula-se prioritariamente em função do *poder fazer* (uma dimensão extrínseca, inversa à intrínseca, do saber) e não conduz à internalização de suas regras de funcionamento, tão só à sua aceitação contratual. Isso não significa que os dois modos regulatórios sejam totalmente separados ou que não contenham elementos comuns (por exemplo, saber é também poder), mas a diferença sociológica se faz pela prevalência das características arroladas.

A mídia predominante no espaço público (*mainstream media* ou mídia corporativa) é organizacional em toda a variação de suas modalidades tecnológicas. Evidentemente, tem a sua especificidade, o que a torna diferente de outras organizações ativas no campo produtivo da vida social. Reconhece-se o funcionamento da mídia corporativa pela articulação entre técnicas e conteúdos relativos à informação pública, entretenimento e difusão cultural. É o mesmo que dizer “edição” *lato sensu*: a mídia edita, em condições produtivas estáveis (público, seriação temporal, negociações semióticas implícitas), materiais inerentes à dimensão simbólica, isto é, à dimensão em que primordialmente se dá a *subjetivação* dos seres humanos.

Não se trata, portanto, do significado estritamente técnico de edição, mas da abrangência de um *dispositivo* em que se entrecruzam específicas relações de saber e de poder numa esfera de sentido separada dos processos tradicionais de institucionalização. Nesse termo (extração filosófica feita a partir de significações correntes no âmbito jurídico, tecnológico e militar) se unem características de instituição e de organização porque ele se presta conceitualmente tanto à imposição de formas (poder) quanto à interiorização de afetos (sentimentos, crenças, saberes). Foucault maneja “dispositivo” como um recurso estratégico de largo alcance para investigar a lógica do *elemento*

histórico – instituições, relações de poder, processos de subjetivação – em sua concretude organizativa, contornando a macrorracionalidade dos “universais” (entidades como Lei, Estado, Poder, etc.).

A mídia é um dispositivo entre outros, alguns dos quais tão antigos quanto a história dos homens. Mas se pode resumi-la como um *dispositivo sociotécnico*, se não como uma forma tecnológica de apropriação dos mecanismos tradicionais de produção simbólica. Nela, os antigos ritos, narrativas e costumes característicos de comunidades particulares, assim como instrumentais para o regime de visibilidade/invisibilidade adotado pelas classes hegemônicas, são parcial e progressivamente substituídos por um universo semiótico cada vez mais concentracionário e controlado pelas formas midiáticas da *esfera pública*.

Aí se *institui* organizacionalmente o que a sociologia reconhece como *campo cultural*, um espaço de produção e distribuição de produtos culturais, mas também de cenários de luta pelo domínio simbólico, isto é, pelo poder de impor representações, estilos de vida e perspectivas, conferindo visibilidade pública a determinadas frações de classe social. A expressão canônica *indústria cultural*, proposta pela Escola de Frankfurt (Adorno e Horkheimer), corresponde à noção de um monopólio transnacional desse campo por parte de organizações cada vez mais simbióticas ou transparentes a instituições tradicionais, porém afastadas do âmbito de quaisquer transitividades culturais entre povo e Nação, eventualmente presentes em mobilizações do que se poderia chamar de “cultura nacional-popular”. Muito antes de Adorno, em pleno século XIX, o escritor Gustave Flaubert lançara a expressão “cultura industrial” (no romance *Bouvard e Pécuchet*) para referir-se com espírito crítico à cultura intransitiva dos manuais.

Mas a indústria cultural concebida pela Escola de Frankfurt já era o desenho incipiente de uma cartografia globalizada da cultura. A realidade descrita meio século

atrás por essa expressão referia-se à ponta mais visível de um iceberg (televisão, cinema, rádio, revistas, discos, etc.) cuja sombra pairava sobre o núcleo erudito da cultura, ao passo que a midiaticização corresponde a tudo isso, com o acréscimo da parte pouco visível da infraestrutura digital, basicamente numérica. As imagens (em sentido lato, não apenas visual) produzidas pela mídia passaram a canalizar as representações individuais, gerando efeitos sociais e políticos, em última análise, criando ideologicamente outro tipo de comum. Aqui, a organização toma as rédeas da hegemonia.

Referências

- PICHON-RIVIÈRE, Enrique. *Teoría del vínculo*. Buenos Aires: Nueva Visión, 1979.
- SCHMITT, Carl. *Teoría de la Constitución*. Madrid: Editorial de Derecho Privado, 1934.
- SOHN-RETHEL, Alfred. *Lavoro intellettuale e lavoro manuale – teoria della sintesi sociale*. Milano: Feltrinelli Editore, 1979.
- WOLFE, Alan. Três caminhos para o desenvolvimento: mercado, estado e sociedade civil. In: *A democracia como proposta*. Rio de Janeiro: IBASE, 1991. p. 35-63. (Coleção Democracia, v. 1).

Instituições & mediação – um olhar comunicacional

Institutions and mediation: A communicational view

José Luiz Braga¹

Resumo: O artigo apresenta uma perspectiva sobre relações entre instituições sociais e mediação. Com esse objetivo, propõe um ângulo para articular os dois termos: os processos comunicacionais da sociedade. Abordando o fenômeno comunicacional como dinâmica geradora de instituições, assume a comunicação social como mais abrangente que os processos midiáticos. O artigo estuda características de instituição e de mídia nessa ótica. Constata cinco ângulos diversos pelos quais o processo da mediação é percebido. Assentando que todos apresentam validade, considera, no entanto, que pesquisas movidas por uma ou por outra perspectiva têm potencialidades diferentes de produção de conhecimento. Indica, em conse-

1 Professor Titular no PPG em Ciências da Comunicação da Unisinos – jbraga@unisinos.br.

quência, os ângulos mais pertinentes para descoberta de características da midiatização em visada especificamente comunicacional.

Palavras-chave: Comunicação. Midiatização. Instituições Sociais. Lógicas Interacionais.

Abstract: The article presents a perspective on relations between social institutions and mediatization. With this aim, it proposes an angle to articulate the two terms: the communicational processes of society. Regarding the communicational phenomenon as a dynamics that generates institutions, it assumes social communication as broader than media processes. The article discusses characteristics of institution and media in this perspective. The process of mediatization is perceived according to five different angles. Stating that all have validity, it considers, however, that research driven by one or another point of view has different potential for knowledge production. It indicates, therefore, the most pertinent ones for the discovery of characteristics of mediatization from a communicational perspective.

Keywords: Communication. Mediatization. Social Institutions. Interactional Logics.

1. Introdução

O tema proposto para os participantes da mesa “Instituições e Midiatização” implica um enfoque: que relações pretendemos enfatizar entre os dois termos?

A Sociologia certamente olha o segundo termo a partir de suas perspectivas sobre o primeiro, e tem oferecido percepções relevantes nesse enquadramento. Em nossa perspectiva, entretanto, para aprofundar a questão é preciso acrescentar um terceiro termo: a comunicação – que é o ângulo pelo qual queremos observar os dois conceitos e suas relações.

Nosso interesse pelas mídias – no campo de estudos em Comunicação – decorre de percebê-las como instituições voltadas para processos expressamente relacionados à comunicação social. A partir do século XX, as mídias apresentam relevância crescente na própria organização da sociedade, em que percebemos incidências mútuas entre as instituições midiáticas e questões políticas, econômicas, sociais, culturais e educacionais.

Malgrado essa forte incidência das lógicas da mídia, elas se inscrevem em um conjunto mais abrangente e diversificado de modos de ocorrência do fenômeno comunicacional humano. O conhecimento das mídias, assim como das demais instituições sociais, requer uma atenção especial aos processos comunicacionais que, de diferentes modos, permeiam estes âmbitos de exercício e de apreensão do social.

Desde sempre, em suas ações sociais, o ser humano exerce interações, para buscar seus objetivos ou para o simples estar em sociedade. A comunicação humana envolve todo e qualquer processo de compartilhamento entre diferenças, voltado para o enfrentamento de problemas em comum. Uma característica desse processo, que tenho estudado em minha atividade de pesquisa, é que ele articula, minimamente, dois elementos:

- alguma coisa já compartilhada, que serve de ponte para a articulação da alteridade: regras e lógicas estabelecidas;
- e uma atividade de interpretação e ajustes, para levar em conta as circunstâncias da situação específica do mundo, das posições dos participantes, do problema interacional em pauta.

Consequência inevitável dessa articulação é que os elementos inicialmente compartilhados se encontram modificados, ao final dos episódios interacionais, pelo próprio processo da comunicação. As lógicas aí desenvolvi-

das dizem respeito à especificidade das questões sobre as quais se voltam as interações como modo de enfrentá-las².

Assumimos, portanto, o fenômeno comunicacional como um primeiro: todos os participantes sociais – organizações, setores de interesse e indivíduos – estão constantemente implicados na geração de lógicas interacionais e, pelo simples acionamento, na transformação das regras sociais.

Nosso critério de relacionamento entre instituições e mediação decorre dessa premissa.

2. Instituições

A expressão *instituição social* refere um conjunto de regras socialmente compartilhadas (instituídas), com alguma estabilidade no tempo, que organizam as atividades sociais (comportamentos, valores, circulação de ideias e práticas) conforme lógicas constituídas no processo mesmo de institucionalização. As instituições viabilizam e dão sentido às interações sociais ocorrentes em seu âmbito. Castoriadis considera que as “relações sociais reais [...] são sempre *instituídas*, não porque tenham uma vestimenta jurídica [...], mas porque foram estabelecidas *como maneiras de fazer* universais, simbolizadas e sancionadas” (1982, p. 151 – apenas o segundo grifo é nosso).

As instituições não são *a origem* das regras sociais, são antes *o resultado* instituído da busca de modos de enfrentamento de problemas socialmente ocorrentes. Justamente porque resultantes do sucesso sempre relativo do jogo de objetivos e estratégias, passam a ser o âmbito e a expressão dessas regras, uma vez desenvolvidas – mantendo sua legitimidade enquanto as regras cumpram majoritariamente suas promessas.

2 Tenho desenvolvido essa composição de episódios e processos interacionais em alguns artigos (BRAGA, 2010; 2011; 2012; 2013; 2015); e em livro recente, elaborado com meu grupo de pesquisa (BRAGA; CALAZANS et al., 2017).

Nesse aspecto, a instituição é vista, sobretudo, a partir de sua dimensão simbólica. Referimos a instituição política, a família, a justiça, a educação, a cidadania. Cada um desses conjuntos corresponde ao acervo historicamente estabelecido como modo padronizado de enfrentamento de questões, como critério de pertencimento e de validade das ações. Tal conjunto de padrões não é necessariamente regulado por normas explícitas – mas corresponde sempre a práticas regulares. Sua composição, sua legitimidade, sua validade norteadora são historicamente desenvolvidas pelas tensões e respostas encontradas na prática social para resolver os problemas que se manifestam.

Usamos frequentemente a expressão “mídias” para referir a indústria cultural. Como bem observou Muniz Sodré em nossa mesa de debates sobre o tema, “instituição” define modos de regulação social obrigatoriamente internalizados, correspondentes a padrões culturais que dão forma à sociedade – “as mídias” são antes *organização* que *instituição*. É uma distinção pertinente. Por outro lado, devemos considerar que processos de comunicação social se instituíram na cultura ocidental em decorrência de práticas e regulações *em torno dessas organizações*. E ainda: instituições sociais são frequentemente desenvolvidas e formalizadas por procedimentos de organizações operadoras de sua continuidade. Trata-se da “vestimenta jurídica” de que fala Castoriadis – expressa não apenas por normas verbais, mas também por uma estrutura material e por agentes operadores. É nessa perspectiva que podemos referir a mídia-organização como instituição midiática, que ela encarna como principal agente.

Assim, o conceito de instituição social se desdobra. Por um lado, corresponde ao conjunto de regras e padrões articulados em um sistema coerente, que configura um âmbito da ordem social – no qual as atividades e comportamentos pertinentes se pautam para se exercer em har-

monia cultural. Pelo outro ângulo, observado a partir da dimensão material e operacional, chamamos “instituição” às organizações (públicas ou privadas) que se atribuem, na prática social, as operações correlacionadas àquelas ordens e padrões de comportamento. Essa é a carga material e de ação concreta que decorre do que é instituído e que assegura sua manutenção – o que justifica a extensão da palavra para referir o elemento operacional.

Para a perspectiva comunicacional, a linguagem é igualmente instituição. Conforme afirma Vincent Descombes, “a língua não é uma técnica de expressão pessoal, nem uma convenção entre dois sujeitos, mas uma instituição social” (1996, p. 280 – tradução nossa). Essa instituição ultrapassa o sistema de signos codificado (a língua propriamente dita) para abranger, em perspectiva pragmática, os padrões culturais de uso da linguagem, seu acionamento referencial, e ainda suas ações no âmbito da sociedade.

Castoriadis, embora mantenha a distinção entre linguagem e instituição, observa seu correlacionamento: “Encontramos primeiro o simbólico, é claro, nas linguagens. Mas o encontramos igualmente, num outro grau e de uma outra maneira, nas instituições” (1982, p. 142). Propõe, ainda, que “[o] domínio do simbolismo das instituições não colocaria [...] problemas essencialmente diferentes dos do domínio da linguagem (abstraindo [...] sua ‘carga’ material – classes, armas, objetos, etc.)” (p. 153).

Embora a “carga material” não faça parte da língua enquanto sistema de signos, na perspectiva dos processos interacionais, as linguagens devem ser abordadas também pelo ângulo de seus usos, de seus operadores institucionais – e de sua invenção social.

3. Instituições & Comunicação

Dispomos de uma linguagem verbal que viabiliza nossa comunicação. Considerando que a espécie huma-

na conseguiu, para esse fim, gerar um sistema de código tão eficaz como base para interações muitíssimo diversificadas, é claro que nos comunicamos segundo as lógicas desse sistema, ou de cada língua em que se organiza, com especificidade, esse sistema. Correlatamente, as demais instituições sociais são fornecedoras de suas lógicas como base já estabelecida (compartilhada, no âmbito de uma cultura) como código para qualquer esforço comunicacional que se desenvolva em seu ambiente simbólico.

Podemos fazer essa relação entre as instituições e o processo da comunicação: as instituições constituem âmbitos sociais, com lógicas e padrões historicamente estabelecidos, que dão forma e articulação às interações aí ocorrentes. As grandes instituições socioculturais são referências comuns, compartilhadas pelos participantes sociais. Malgrado as diferenças entre os seres humanos, a comunicação toma como referência esses padrões: em qualquer ambiente e para todos os objetivos sociais, atendemos a regras e lógicas das instituições em que estamos imersos.

Por outro lado, é importante sublinhar que o acionamento desses padrões, na diversidade de circunstâncias sociais, tensiona continuamente e faz modificar – no curto ou no longo prazo – as próprias regras instituídas. Devemos, também, perceber uma comunicação que *precede* as instituições. Merleau-Ponty faz a seguinte proposição:

[...] que dizer da primeira fala da humanidade? Ela não se apoiava sobre uma língua já estabelecida [...] o princípio da comunicação já estava dado antes dela pelo fato de o homem perceber outro homem no mundo, como parte do espetáculo (MERLEAU-PONTY, 2007, p. 85).

Uma questão que se apresenta a partir dessa proposição é a da gênese da linguagem. Fazemos a hipótese de que é a partir de uma competência biológica para

a interação que o ser humano desenvolveu a linguagem verbal (BRAGA, 2015). A sociedade só existe porque os seres humanos se comunicam – afirmar isso corresponde a assumir que a comunicação social é uma dinâmica instituinte de todos os padrões de comportamento social e regras que em algum momento se considerem estabelecidas (BRAGA, 2010). A linguagem e, através desta, as demais instituições se desenvolvem com base na necessidade e competência para a comunicação.

Dispor de instituições estabelecidas efetivamente favorece a interação – os processos comunicacionais seguem tais lógicas, já elaboradas. Por outro lado, devemos estar atentos à comunicação como “primeiro” – à invenção de padrões sociais através da interação humana. A sociedade inventa e desenvolve suas instituições a partir de processos interacionais direcionados para a solução de seus problemas – práticos e de interpretação sobre o mundo.

No artigo “O que a comunicação transforma?” (BRAGA, 2013), chamei a estes dois modos de ocorrência, respectivamente, de “comunicação fraca” e “comunicação forte”. No primeiro caso, teríamos os processos interacionais que simplesmente acionam o que já se encontra disponível, sem tensionar significativamente os modos e agenciamentos dados. No segundo caso, os episódios interacionais tensionam, intencionalmente ou não, os “modos de dizer e de agir” compartilhados, experimentando e desenvolvendo táticas a contrapelo do habitual. Isso pode ocorrer em decorrência do inusitado da situação, por uma especial atitude crítica dos participantes, devido a objetivos buscados ou até mesmo por um relativo desconhecimento das matrizes culturais dominantes.

A distinção entre comunicação forte e fraca é analítica, pois na realidade social pode-se perceber uma ação comunicacional difusa e contínua, ora mais próxima do mero acionamento das regras, ora com algum grau de ten-

sionamento – e não apenas dois modos distintos e mutuamente excludentes. De algum modo, a interação sempre aciona padrões disponíveis, mas também, potencialmente, produz desvios. Independentemente de qualquer criatividade pontual, no longo prazo, os acionamentos mais anódinos têm o poder de solapar e de assorear, por suas estratégias interacionais, as regras mais instituídas.

4. Mídias

A grande mídia se organiza através do século XX. Para além de a indústria cultural se estabelecer como organização operadora de padrões instituídos, desenvolveu diretamente lógicas de ação e de interação próprias, social e culturalmente articuladas, com incidências específicas no sistema social abrangente. Correlatamente, passa a ser percebida como instituição autônoma – distinta das demais.

Uma distinção principal é que a instituição midiática tem como operação característica desenvolver atividades que podem ser percebidas como “de comunicação”: informação sobre acontecimentos; polêmica, debate, agonística; persuasão; trocas simbólicas; fruição estética; narrativas; formação de opinião; entretenimento; aprendizagem... É nesse espaço que se desenvolvem as profissões da Comunicação.

Em uma fase inicial, a mídia audiovisual aparecia como se fosse transparente (“uma janela para o mundo”) – em que a ênfase seria essencialmente a de “mostrar” o que está na realidade, como se, de modo “neutro”, apenas fizesse o repasse de ocorrências da própria sociedade, dando acesso generalizado e “substituindo” a necessidade de deslocamento das pessoas. Durante longo tempo, também, desfrutou de uma imagem de mero articulador dos demais campos sociais (RODRIGUES, 1990).

Na medida mesmo de sua autonomização como instituição, evidenciam-se suas lógicas próprias e suas

características distintas como campo social específico, definido pelas operações especializadas de âmbito comunicacional.

À diferença das mídias, as demais instituições têm outros objetivos definidos, que não são essencialmente voltados para a comunicação, mas para seus enfoques principais: educacionais, de organização pública da sociedade, de segurança, de reprodução do social, de socialização primária, de organização econômica, de regulação jurídica, de ordem religiosa, de cidadania, de defesa da democracia, da produção de conhecimento científico, da criação artística, etc. Mas, ainda assim, para exercer seus procedimentos e atender aos objetivos que lhe dão especificidade, as instituições e suas organizações têm que estar em constante interação com o ambiente social – o que significa que o componente “comunicação” vai crescentemente se explicitando como nuclear, no decurso do século XX.

Por certo período de tempo, as instituições midiáticas tiveram larga hegemonia sobre o acionamento e os modos de usar as tecnologias de interação – submetendo as demais instituições no que se refere a linguagens audiovisuais e a competências profissionais desenvolvidas no âmbito da indústria cultural. O processo da midiaticização é que vai modificar essas relações.

5. Midiaticização

É preciso fazer uma distinção entre “mídia” e “midiaticização” – entre um complexo institucional e um processo. Quando adotamos a palavra “midiaticização”, já não estamos falando apenas de *lógicas da mídia/indústria cultural*, mas também de ações que se desenvolvem no ambiente social difuso (em suas variadas ações comunicacionais) – pelo acionamento crescente de tecnologias interacionais não necessariamente regradas pela indústria cultural e suas lógicas.

Conforme as ênfases institucionais e os modos de relacionamento a que se dê atenção, o termo “mídiação” oferece diferentes visadas e abrangências. Podemos usar a expressão, alternativamente, para as seguintes situações e objetos:

- a) A própria produção midiática, que põe em circulação os produtos resultantes. A expressão envolve, então, as relações dos produtos e processos das mídias com sua recepção, em modo transversal à incidência de outras instituições sociais (família, campo educacional, campo político, etc.). Este seria talvez o sentido mais generalizado da palavra, no senso comum – correlacionado ao simples fato de que um tema qualquer *esteja na mídia*.
- b) Temas da sociedade, habitualmente abordados segundo as lógicas das diferentes instituições pertinentes, que passam a ser tratados *segundo lógicas frequentes nas instituições midiáticas*. Se, na primeira acepção, de senso comum, são enfatizadas ações direcionadas das instituições midiáticas para a sociedade, aqui já se percebem ações mais difusas da própria sociedade, adotando “linguagens” e modos de perceber a realidade até então vigentes na mídia.
- c) Como uma espécie de dinamização do ângulo anterior, o fato de que as lógicas das instituições midiáticas passem a influenciar de modo generalizado todos os setores sociais – levando a transformações das demais instituições. Essa perspectiva é competentemente estudada por Sig Hjarvard (2014).

Nesse terceiro ângulo, o que se percebe hoje é que as próprias lógicas (regras, padrões) das instituições midiáticas incidem sobre as lógicas e práticas das demais instituições – na medida em que oferecem uma potencialidade ampliada (em termos

quantitativos e qualitativos) para assegurar modos de interação em favor dos diferentes objetivos institucionais. Ou seja: as mídias passam a ser fornecedoras diretas de “modos para se comunicar”. O que as organizações midiáticas instituíram torna-se o elemento “já compartilhado”, como ponte para interações em outros âmbitos.

Correlatamente, faz parte deste aspecto uma espécie de submissão processual das demais instituições e do sistema social em geral. Isso decorre, naturalmente, do conjunto de competências especializadas, desenvolvidas através do século XX pelas indústrias culturais, que formaram um corpo profissional, suas técnicas de produção, e linguagens relacionadas às tecnologias.

- d) Podemos falar também em midiatização para referir o direcionamento de novas tecnologias digitais para ações que são de ordem comunicacional – tecnologias transformadas em meios e dispositivos de comunicação. Na medida em que as tecnologias (*hardware* e *software*) acionáveis para objetivos interacionais se tornam menos custosas, mais manejáveis sem necessidade de equipes profissionais e mais diversificadas em seus acionamentos possíveis, deixam de se enquadrar apenas nos espaços fortemente instituídos e sistematizados. Aqui, as potencialidades digitais viabilizaram âmbitos menos formatados e, portanto, mais abertos à experimentação social – tanto para encaminhamentos técnicos de uso como para tentativas propriamente interacionais.
- e) Finalmente, como quinto ponto nessa listagem certamente não exaustiva, o fato de que a sociedade passa a *desenvolver diretamente processos midiáticos próprios, adequados para as atividades de seu próprio interesse*. Estas, como assinalamos an-

tes, não são primariamente de ordem comunicacional, mas se constata fortemente relacionadas ao requerimento de interagir com outras instituições e setores, organizados ou não, da sociedade. Tal *invenção social* de procedimentos interacionais pode partir diretamente de instituições sociais as mais diversas, de ambientes difusos na sociedade e mesmo de atores individuais, através de gestos não inscritos em processos institucionalizados – ou contrapostos a estes. Nessas condições, é inevitável uma atividade experimental para a busca de padrões adequados.

O quarto e o quinto pontos de certo modo invertem o foco dado pelo ângulo anterior (terceiro aspecto). Em vez de enfatizar o fato de que as mídias influenciam as demais instituições sociais, dão mais ênfase a iniciativas das demais instituições e de outros participantes sociais. Os diferentes campos sociais certamente imitam e sofrem a influência das lógicas estabelecidas pelas instituições midiáticas, mas também inventam e desenvolvem outros modos de interação que acionam tecnologias midiáticas.

Por sua vez, o que se faz nas redes sociais passa a incidir sobre as próprias instituições midiáticas mais estabelecidas. Paralelamente, a experimentação em curso nas redes sociais tem a potencialidade de geração de outros ambientes institucionais, menos habituais. Um exemplo interessante é o dos observatórios de mídia. Embora não tenham um recorte definido como “profissional de comunicação” (no sentido da grande mídia audiovisual), desenvolvem suas atividades e buscam seus objetivos em estreita conexão com processos expressamente *de comunicação* no âmbito social.

Para isso devem, entretanto, desenvolver táticas, estratégias e regras com estabilidade suficiente para constituir, pela midiaturização das variadas atividades sociais, suas próprias lógicas de interação. Não raramente, são inventa-

das tecnologias midiáticas *ad hoc*. Nesse caso, a tecnologia deve atender aos requerimentos da comunicação social, e não o inverso – particularmente no que se refere aos arranjos e tentativas no acionamento de *softwares* disponíveis.

Não se trata, evidentemente, de considerar correta apenas uma destas relações entre a mediação e as instituições – como se as outras alternativas fossem equivocadas. Todas elas correspondem a aspectos efetivamente ocorrentes, em um fenômeno complexo, e são relevantes para o esquadramento do que ocorre nas variadas circunstâncias.

Perceber a diferença entre as definições e fazer opções entre elas decorre de um objetivo de conhecimento (diferente de verdade ou erro). Conforme acionamos um enfoque ou outro, faremos diferentes pesquisas – e, portanto, descobriremos aspectos diferenciados da realidade.

De minha parte, interessa sobretudo desenvolver o quarto e o quinto pontos – que me parecem importantes em uma perspectiva comunicacional sobre a mediação social. Constatamos, aliás, que as próprias lógicas da instituição midiática histórica estão sendo fortemente tensionadas – como se tem assinalado, por exemplo, quanto ao campo jornalístico e às estratégias da produção televisual e da indústria musical. É importante sublinhar que esse tensionamento não decorre apenas do desenvolvimento tecnológico (como às vezes se enfatiza), mas também, e particularmente, da modificação de processos sociais, de expectativas interacionais da sociedade abrangente e das lógicas que aí diretamente se elaboram.

6. O problema das interações sociais no âmbito da mediação

A questão interacional que estamos enfocando, na quarta e na quinta perspectivas acima referidas, corres-

ponde a que todas as instituições sociais e atores individuais passam a ter a possibilidade (pelo menos potencialmente) de desenvolver ativamente suas próprias táticas de interação midiaturizada – levando a uma proliferação difusa e dispersa de processos interacionais midiaturizados.

Podemos perceber, nessa ocorrência, duas lógicas em tensionamento mútuo:

- As lógicas institucionais “de mídia” (da indústria cultural), vigentes no estágio historicamente estabelecido através do século XX, encontram-se em expansão, devido à autonomia obtida pela instituição midiática e à relevância social de uma comunicação profissionalmente mediada por mídias complexas. Como estas são as lógicas institucionalizadas mais longamente estabelecidas, tendem a ser adotadas pelas demais instituições e obedecidas. É um elemento já compartilhado, que viabiliza a interação.
- De outro lado, surgem, no âmbito social em geral, problemas interacionais não diretamente resolvidos por aquelas lógicas nem pela incidência da mídia sobre as demais instituições. Ou seja: o já compartilhado socialmente não é suficiente – não há códigos sociais estabelecidos, na ausência de padrões interacionais. Tais problemas têm como ponto de partida os objetivos específicos das instituições, mas também as próprias lógicas importadas, quando aí não se ajustam ou geram resultados não previstos – levando a outras elaborações tentativas.

Podemos assinalar algumas bases de ocorrência de tais processos, perceptíveis em nosso cotidiano, quaisquer que sejam as instituições observadas:

- As lógicas de interação entre os próprios participantes sociais já não são as mesmas, na

família, no estado, nos campos profissionais estabelecidos, na educação, nos ambientes intelectuais, acadêmicos ou artísticos. Mesmo quando não enfocamos interações diretamente mediadas, a permeação dos participantes em uma cultura em mediação modifica seu comportamento e suas expectativas.

- Dada a disponibilidade de processos midiáticos diversificados, as lógicas interacionais habituais das diferentes instituições e de seus operadores com os interlocutores (seu público, seu ambiente social, as demais instituições, seus clientes, seus usuários, seus pacientes, etc.) já não funcionam como antes, nessa sociedade.
- Os participantes sociais externos, habitualmente não reconhecidos como parte legítima de um campo social em pauta, passam a ter possibilidades de incidência de fala e de ação nos circuitos institucionais parcialmente controlados.
- Mais diretamente, ainda, *participantes externos geram circuitos alternativos*, nos quais tratam de questões que anteriormente só eram tratadas nos circuitos controlados pelas lógicas da instituição dada. Exemplos concretos aparecem cotidianamente – na psicologia, no campo educacional, nas organizações que cuidam da família,... no próprio campo abrangente da política.
- Assim, em uma situação anterior (digamos pré-midiática ou de mediação concentrada na indústria cultural), as diferentes instituições sociais podiam ditar as regras de sua própria interação com o ambiente – e selecio-

nar interlocutores privilegiados no ambiente geral, interagindo com estes conforme suas próprias regras. Agora, essa interação foge parcialmente ao controle das regras pela instituição. É preciso interagir (eventualmente em modo defensivo) com todos os setores sociais. Um campo social especializado pode ser desafiado a partir de qualquer ponto da sociedade, inclusive de âmbitos sem qualquer legitimidade reconhecida.

Em consequência dos pontos acima, constatamos que as lógicas midiáticas estabelecidas – historicamente desenvolvidas através de processos experimentais no campo dos *media* – não serão automaticamente adequadas para as demais instituições, não midiáticas. Por uma simples questão de falta de pertinência de códigos, ou por diferença de potencialidades inferenciais.

Se, em um primeiro momento, em consequência de sua inexperiência midiática, as instituições e setores sociais adotam lógicas propostas pelas instituições já reconhecidamente midiáticas, logo são feitas experimentações específicas – diretamente relacionadas aos problemas singulares que se desenvolvem no âmbito institucional diferenciado de cada instituição em trânsito de midiatização.

Aparecem aqui, portanto, os dois ângulos da ação comunicacional: seguir lógicas estabelecidas nas instituições da mídia (o “já compartilhado”) devido às práticas estabelecidas, e experimentar e testar lógicas *ad hoc* para cada problema interacional surgente devido a novas condições.

O tensionamento entre essas duas lógicas corresponde a uma questão relevante na pesquisa sobre mídias. Ao resultado desse tensionamento, caracterizado por padrões distintos das lógicas da mídia, denomino de *lógicas da midiatização* – como uma questão comunicacional da atualidade.

7. Conclusão

Meu ângulo preferencial para pesquisar o processo de midiatização da sociedade é investigar essas experimentações, esses desenvolvimentos tentativos, nos quais todas as instituições sociais – e setores externos em tensão com as instituições – adotam, reajustam e inventam novas lógicas de interação por acionamento de mídias contemporâneas.

Isso corresponde a uma dupla relação entre midiatização e instituições.

Por um lado, reconhecendo que processos interacionais ocorrem nos ambientes institucionalizados, as regras, padrões e códigos sociais aí estabelecidos se mostram como base de compartilhamento na qual a comunicação social se desenvolve. Considerando os aspectos de comunicação midiatizada que proliferam na sociedade, é natural que as instituições mais propriamente midiáticas (que se desenvolveram como um campo social profissionalizado em atividades comunicacionais) tenham uma incidência especial nos encaminhamentos da midiatização.

Por outro lado, nas interações sociais em múltiplos espaços instituídos, assim como no espaço difuso do senso comum, experimentações são requeridas para invenção de códigos e ajustes de regras a situações não previstas. Nesse âmbito, por mais que padrões instituídos sejam conhecidos, as regras e modos de agir são muito menos definidos ou tomados como necessários. Abre-se um espaço para o tentativo, para o experimental, como necessidade mesmo das condições de ocorrência. É nesse espaço que a incidência comunicacional, sempre presente, se torna mais perceptível.

É preciso enfatizar que a expressão “experimentação” não é usada em sentido valorativo (como se o simples fato de experimentar fosse mais valioso que apenas reiterar procedimentos já testados). Trata-se apenas de um requerimento descritivo – para, através deste, aprofundar

o conhecimento deste aspecto da realidade. Diante de situações inusitadas – em que nem padrões estabelecidos nem as tendências culturais mais arraigadas oferecem respostas prontas ou modos estabelecidos de ação interacional – os participantes sociais se veem na contingência do ensaio-e-erro³, de tentativas mais ou menos escoladas que pareçam localmente pertinentes (isto é, para os objetivos específicos das modalizações comunicacionais). Os resultados dependem das circunstâncias, dos objetivos presentes, das tensões e compartilhamentos anteriores, do grau qualitativo da “inventividade social”.

Em uma situação como a atual – em que o desenvolvimento tecnológico é acelerado, em que a própria experiência midiática do século XX se tornou bastante difundida, em que se evidencia uma percepção generalizada da pregnância do fenômeno comunicacional na sociedade, em que elementos de tensão, antes contidos em circuitos mais ou menos especializados, mostram-se em copresença e expostos à percepção geral – é natural que a experimentação social se torne abrangente e diversificada.

É importante pesquisar os processos comunicacionais que se manifestam nessa conjuntura – e que fornecerão uma percepção ampliada das *lógicas da midiatização*. Alguns argumentos mostram a importância de tal ângulo de investigação. No âmbito da midiatização social, podemos observar a comunicação humana diretamente em seu processo de transformação e criação de instituições. Nessa situação-limite, o conhecimento comunicacional abre uma frente de pesquisa e de contribuições para o pensamento social. Isso permitirá ampliar nosso conhecimento sobre o próprio fenômeno comunicacional humano – uma vez que, mais habitualmente, estudamos a “comunicação fraca”: a que se desenvolve sobretudo nos âmbitos insti-

3 Popper considera que “aprender é essencialmente testar, um após outro, movimentos de experimentação até encontrar um que resolva o problema”. O resultado das tentativas bem-sucedidas tende a se estabilizar.

tucionais, acompanhando sem maiores críticas os padrões instituídos. Em perspectiva praxiológica, temos na midiatização um espaço em que uma crítica da mídia pode se manifestar para além do que já está instituído. É possível criticar os próprios encaminhamentos instituintes – acionados em experimentação pelas instituições, por atores individuais dispersos – eventualmente, a contrapelo das instituições vigentes. Essa crítica é fundamental, porque aí se encontra, em gestação, o que caracterizará, em futuro próximo, as instituições sociais.

Nesses ângulos de pesquisa, devemos considerar a midiatização para além das ações meramente operacionais de diferentes campos sociais – buscando perceber, no conjunto das atividades que lhe são associadas, *um processo instituinte* – relevante, justamente porque implica tensionamentos sobre os padrões de todas as instituições estabelecidas (que se encontram em diferentes graus e ritmos de transformação), e potencial geração de outros arranjos, dispositivos e instituições no encaminhamento e na regulação das interações da sociedade.

Em síntese, a perspectiva adotada propõe que a tendência à midiatização da sociedade corresponde a uma busca de processos interacionais em situação de rearranjos – o que implica transformações maiores ou menores em todas as instituições sociais (inclusive as midiáticas), com repercussões possíveis nos modos pelos quais estas instituições se constituem, e no eventual desenvolvimento de outros processos institucionais.

As pesquisas que busquem as especificidades dos processos inerentes a cada âmbito institucional são necessárias e produtivas para os estudos propriamente comunicacionais.

Referências

BRAGA, José Luiz. Comunicação é aquilo que transforma linguagens. *Revista Alceu*, Rio de Janeiro: PUCRJ, v. 10, série 20, p. 41-54, 2010.

- BRAGA, José Luiz. Dispositivos Interacionais. In: *Anais do XX Encontro Anual da Compós*, GT Epistemologias da Comunicação. Porto Alegre: UFRGS, 2011. 15 p.
- BRAGA, José Luiz. Uma teoria tentativa. *Revista E-Compós*, Brasília: Compós, v. 15, série 3, p. 1-17, 2012.
- BRAGA, José Luiz. O que a comunicação transforma? In: BRAGA, J. L.; FAUSTO NETO, A.; GOMES, P. G.; FERREIRA, J. (org.). *Dez perguntas para a produção de conhecimento em Comunicação*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2013. p. 156-171.
- BRAGA, José Luiz. O grau zero da Comunicação. *Revista E-Compós*, Brasília: Compós, v. 18, série 2, p. 1-17, 2015.
- BRAGA, José Luiz; CALAZANS, Regina et al. *Matrizes Interacionais – A comunicação constrói a sociedade*. Campina Grande: Editora UEPB, 2017.
- CASTORIADIS, Cornelius. *A instituição imaginária da sociedade*. São Paulo: Paz e Terra, 1982.
- DESCOMBES, Vincent. *Les institutions du sens*. Paris: Les Éditions de Minuit, 1996.
- HJARVARD, Stig. *A midiatização da cultura e da sociedade*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2014.
- HJARVARD, Stig. Midiatização: conceituando a mudança social e cultural. *Revista Matrizes*, São Paulo: ECA/USP, v. 8, n. 1, p. 21-44, 2014.
- MERLEAU-PONTY, Maurice. *A prosa do mundo*. São Paulo: Cosac Naify, 2007 (1964). [Obra póstuma editada por Claude Lefort].
- POPPER, Karl. A lógica e a evolução da teoria científica. In: *A vida é aprendizagem – epistemologia evolutiva e sociedade aberta*. Lisboa: Edições 70, 2001. p. 17-34.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. *Estratégias da comunicação*. Lisboa: Presença, 1990.

QUINTA PARTE
MEIOS, DISPOSITIVOS
E MUDIATIZACÃO

Oscar Traversa
Giovandro Marcus Ferreira
Jairo Ferreira

Ficción narrativa y mediatización: acerca de sus relaciones

Narrative fiction and mediatization: On their relations

Oscar Traversa

Universidad Nacional de las Artes
otraversa@arnet.com.ar¹

Exordio: La *narratividad* y la *ficción narrativa* cuentan con una larga trayectoria entre las actividades del *Homo sapiens*; puede casi decirse que lo acompañan desde siempre. Si han estado y están presentes en sus distintas obras, están también presentes en sus desarrollos singulares, aportando a la ontogenia y a su identidad. Esta doble inscripción vincula a los actores individuales con ellos mismos y con el conjunto de los actores sociales; a su vez da lugar al nexo con los recursos que producen su entrama-

1 Este trabajo es la reescritura de uno anterior, "Ficción narrativa y mediatización" (correspondiente a un libro homenaje dedicado a Elvira Arnoux); la restricción espacial condujo a una síntesis excesiva que trataremos de salvar en el presente.

do: las instituciones. Esos recursos no son otros que los dispositivos destinados a dar lugar a las exteriorizaciones de la mente para propender, en suma, a los intercambios discursivos. Estos últimos se inscriben, en la larga duración, en el proceso designado como *mediatización*, la que se nutre de los episodios semióticos resultado de las aptitudes de la especie y los desempeños sociales articulados por los procedimientos técnicos. El trabajo que damos a conocer consiste en la presentación de ciertos aspectos, propios de las relaciones entre narratividad y mediatización, con el propósito de dar lugar a un campo de hipótesis con fines operativos, de carácter abductivo, referidas al curioso fenómeno de la mediatización que comporta tanto al cambio como la permanencia de los atributos de la especie, integrados a sus obras.

Palabras-clave: Ficción. Narratividad. Mediatización. Ontogenia. Especificidad.

Abstract: Narrativity and narrative fiction have had a long journey among the activities of Homo sapiens; it could almost be said that they have always been a part of their history. If they have been and still are present in their different works, they are also present in their unique developments, thus contributing to their ontogeny and identity. This double feature connects the individual actors with themselves and with the whole of social actors; at the same time, it gives place to the link with the resources which are produced by their fabric: the institutions. These resources are no other than the devices destined to allow for the externalizations of the mind in order to give way, in short, to discursive exchanges. The latter are inscribed, in the long term, in the process known as mediatization, which profits from the semiotic episodes resulting from the aptitudes of the species and the social developments articulated by technical procedures. This work consists of the introduction of a certain number of aspects, which are characteristic of the con-

nections between narrativity and mediatization, with the purpose of giving room to a field of hypotheses with operational aims and abductive in nature, which refer to the curious phenomenon of mediatization, which entails both the change and the permanence of the attributes of the species, integrated to its works.

Keywords: Fiction. Narrativity. Mediatization. Ontogeny. Specificity.

1. Ficción narrativa y mediatización: caminos para un encuentro

Los análisis de los fenómenos concernientes a las relaciones entre ficción y mediatización –destacando sus vínculos como determinantes o, al menos, existentes–, en la larga duración histórica de los cambios en los procesos comunicacionales, son reducidos y carecen de unidad. Establecer las relaciones entre esas referencias comporta un esfuerzo de selección, pues no se trata de motivos principales, sino de comentarios aproximativos, de carácter lateral, lo que justifica las faltas en cuanto a las referencias a que apelaremos.

Es así pues que los acercamientos a la ficción narrativa y la mediatización, en este texto, se tratarán solo de aproximaciones, si se quiere diagonales, propias de desarrollos independientes no señalados como correspondientes a esa relación pero, sin embargo, imposibles de obviar, pues constituyen valiosos aportes precursores. Ser exhaustivos, en cuanto a esas referencias, no es tarea fácil por su dispersión; nos limitaremos, por el momento, a mencionar algunos y aprovechar sus avances para intentar una suerte de hipótesis inicial de carácter provisional con fines abductivos. Por otro lado, recurriremos a quienes, de manera específica, se han dedicado a uno u otro de los términos que intentamos asociar, sea desde puntos de vista tanto funcionales como históricos.

Podemos encontrar, por un lado, las reflexiones acerca de la ficción y no menos a la narración sin la compañía de ese primer atributo, la que cuenta con un largo recorrido en la historia del pensamiento, que puede remontarse en occidente a la antigüedad greco-latina; la otra, la correspondiente a la mediatización, se limita a unos pocos años de existencia, ligados a un grupo de disciplinas, sin límites precisos: las Ciencias de la Comunicación, junto a la Antropología y la Semiótica, la preocupación de esta última por el asunto desborda en poco el medio siglo (LAPIERRE Y ALVARADO, 2014)². Precedidas, el conjunto por la Sociología, preocupada especialmente por los “efectos” de la comunicación, a partir de la década del 20, momento de advenimiento de la radiofonía (LAZARSELD, 1955). La asimetría temporal y la larvada preocupación han dejado sin embargo sus frutos; a modo de ejemplos podemos señalar a los filólogos Havelock (1996) y McLuhan (1998), los historiadores Williams (1992), Briggs y Burke (2002) y, entre los paleoantropólogos, Leroi-Gourhan (1965).

Las reflexiones sobre la ficción, de larga data, en cuanto estaban interesadas por las lenguas clásicas o las culturas tradicionales, vislumbraron las relaciones entre la oralidad y la escritura, acentuando la presencia de procedimientos poéticos sin desconocer su inserción en complejos de orden narrativo que hacen presentes las relaciones entre las grandes configuraciones de lo oral y lo escrito y sus diversas aperturas, propias de la instalación en diferentes alojamientos fruto de las tecnificaciones de la escritura (ZUMTHOR, 1987).

Los historiadores se sitúan separados, según su objeto, la de los estudios sobre los medios en una zona y la de los estudios sobre la literatura en otra, junto de manera

2 Lapierre y Alvarado han realizado una interesante reseña donde evocan los 50 años de la revista *Communications*, que dedican a Eliseo Verón, sin incluir ninguno de sus trabajos, como articulador del pensamiento francés con el americano en el campo de la semiótica.

vicaria a quienes suelen pasar de una a otra, dado que su objeto lo requiere; es el caso de quienes se dedican a la historia de la lectura (CHARTIER; CAVALLO, 1997; DARTON, 2003).

Los que practicaron observaciones de más antigua data, los paleoantropólogos, son los que, curiosamente, plantearon problemáticas de gran actualidad; cuando se ocuparon de trazados icónicos (sea en cavernas o instrumentos) se han visto frente a la carencia de referencias escriturales; en consecuencia, su trabajo –lo suelen manifestar de viva voz– se sitúa en el terreno de las hipótesis conjeturales.

Hasta aquí, hemos hecho referencia a quienes se han preocupado por la escritura y por los estudiosos del pasado lejano. Pero es necesario agregar que, en intervalos más breves de tiempo dado lo cercano de su emergencia, los grandes hallazgos tecnológicos del siglo XIX y los del XX se incorporaron a las márgenes de las ciencias sociales de manera tardía, y en forma no siempre ordenada, pues los organismos universitarios –el mundo académico en general– fue reticente en cuanto a la inclusión al universo de la reflexión de la fotografía, la fonografía, la radio, el cine y la TV (la digitalización gozó de los espacios abiertos por quienes los precedieron), precisamente, todos ellos, protagonistas de los medios y, en consecuencia, de la mediatización.

Es necesario reconocer que el término *mediatización* es el que ha sumado a estos ordenamientos asimétricos y dispersos una dosis de ambigüedad. Si bien el fenómeno como tal es evidente, pues el despliegue de los medios muestra plurales relaciones con la narratividad y que el conjunto de los actores sociales lo experimenta, todos de una manera o de otra son (y lo han sido desde siempre) consumidores de ficción. Sin embargo, la pregunta acerca de cuál es la razón de esa “fatal juntura”, los modos en que se realiza y cuáles son sus consecuencias

es aún materia dispersa y reciente. En América Latina, al menos, el propio término *mediatización*, señalado como un fenómeno autónomo, data de 1985, dado a conocer en un ciclo de conferencias dictadas por Eliseo Verón en la Universidad de Buenos Aires.

Incluso el intervalo en que se ha desplegado la mediatización ha dado lugar a la fijación de criterios heterogéneos; ciertos autores llegaron a pensar que los fenómenos de mediatización se inauguraban (o incrementaban) con la escritura o la imprenta, o bien en el siglo XX (HJARVARD, 2008), postura no compartida por otros investigadores que ligan el proceso de mediatización con el devenir biológico de la especie, como una dimensión constitutiva del *Homo sapiens* (VERÓN, 2014), en consecuencia expandirlo al entorno completo de la hominización, que una concepción evolutiva instalaría en nuestro presente y su continuación. La instalación de esta última hipótesis en lo concerniente a la mediatización constituye un espacio de fecundidad abductiva para asignar a la ficción narrativa un ligamen de carácter explicativo, en el desarrollo de los fenómenos mediáticos en la larga duración dada su persistencia. Para el caso ha sido señalada la necesaria compatibilidad entre ambas posturas –la de corta y la de larga duración– señaladas por Mariano Fernández (2014), que glosamos: las series cortas y las largas deberían tratarse de una sola, inclusiva, atribuyendo las características diferenciales pertinentes, asignándole a cada una de ellas sus propiedades distintivas, tanto de carácter cualitativo como cuantitativo. Esta integración admitiría (y habilitaría) la posibilidad de establecer las posiciones y jerarquías explicativas –insistimos– en torno a un fenómeno transversal en cuanto al tiempo y al espacio, indisoluble del desarrollo de la especie: tal cual la ficción narrativa, muy especialmente el papel de su núcleo, la narratividad.

2. Ficción y ficción narrativa como atributos: la ontogenia

En lo que concierne a la ficción, ésta se incluye en un racimo de nociones que han sido ampliamente discutidas en sustancia (mimetismo, semejanza, imitación) las que acompañaron a las necesarias distinciones entre representación y representación mimética. Más allá de los debates de escuela existe acuerdo en considerar a las competencias ficcionales como parte constitutiva del desarrollo ontogénico; ellas se encuentran preformadas en la mente, aunque es atinada la advertencia de Tomasello (1999 p. 69-70): “[...] la meta no es decidir si una estructura es o no *innata* sino determinar los procesos que intervienen en su desarrollo”. Estas competencias, de maneras complejas, son activadas a partir del nacimiento y forman parte de la vida adulta. En la niñez, esa actividad es practicada de manera solitaria o compartida (con padres o compañeros), formando parte éstas competencias básicas de otras que se desarrollan en múltiples formas a lo largo de la vida. Estas destrezas integran parte del equipamiento básico de la mente del *Homo sapiens* y como tales constituyen un procedimiento absolutamente generalizado, evidente en relatos semejantes, tanto en comunidades próximas como otras sin ningún tipo de contacto; tal homogeneidad es particularmente notoria en la actividad lúdica de los niños (SCHAEFFER, 1999). Esta última no presenta variaciones, se ejerce en todo lugar y tiempo de manera semejante, lo que redundaba en mostrar su universalidad y ligamen con la constitución singularizante del *H. sapiens*.

La actividad constitutiva de la ficción encuentra su prolongación en la adultez por su integración como núcleo(s) de la organización de lo social, como un constituyente constante de la vida colectiva, por medio de plurales organizaciones, sean estas propias del decoro o los ritos institucionales y, en especial, las formaciones discursivas,

jurídicas, las narraciones, ficcionales o no, etc. Todas las culturas conocidas dan cuerpo a sus acciones individuales o comunes (conocimiento y organización del mundo y guías de la acción) a través de mitos, leyendas, tradiciones, producciones estéticas, etc., sean orales, escritas, como también a través de diversos modos de exteriorización de la actividad de la mente o la actividad colectiva (BRUNER, 1986): cuentos populares, chistes, adivinanzas, leyendas...

Tomasello (2008) señaló la participación de los recursos narrativos, de manera doble: como problema y como solución. En momentos muy alejados en el tiempo, los performativos de las lenguas: en las prácticas de relación, por caso, para sostenerse como tales deben resolver indicaciones o referencias de diverso tipo para orientar la acción colectiva, que aluden a más de un evento y a cursos propios de obstáculos en temporalidades y lugares diferentes (es inevitable para eso dar lugar a narraciones). Puede suponerse que las diferencias propias de una situación de ese tipo conllevan –exigen– soluciones unívocas y estables que, para casos más simples, podían resolverse por evanescentes soluciones entonales, que es una indicación sonora de propiedades inestables. La emergencia de soluciones sistemáticas, fonético-sintácticas que resolvieran la dificultad de intelección, da lugar a un cambio adaptativamente favorable en el sistema de la lengua. Si el cambio “cuaja” –la estabilización de una modalización, por ejemplo– a lo largo de la historia, da forma a los recursos de un idioma particular que se perpetúa. Un fenómeno de esa índole permite mostrar el carácter evolutivo de la lengua fundado en una propiedad sistémica (para el caso, las reglas de orden como identificadoras estables de señales diferentes), una propiedad fundante del relato, como organizador de las narraciones.

Un largo paso más adelante la ficción narrativa, instalada en secuencias complejas, ligada a prácticas cotidianas, como tal no fue objeto de legitimación social de

manera homogénea ya que, en ciertos momentos, fue considerada como un producto propio de sectores poseedores de escasas competencias culturales, o bien execrada por razones de orden religioso o político por sus cualidades de sustancia, según su articulación con las creencias y los dispositivos del poder. Podría señalarse, entonces, que la ficción como tal, más allá de su persistencia en el tiempo y el espacio, tanto en los despliegues individuales como sociales, está sometida a contingencias de circunstancia, que forman parte de su misma constitución, de donde resulta, como efecto, la constitución de colectivos sociales, tal cual surge de plurales evidencias de un conjunto de dimensiones de características altamente diferenciadas, que van de la vida pública republicana a las sociedades secretas. Goody (1999), luego de examinar tanto a las culturas del pasado como del presente, llamó la atención sobre aspectos inversos del comportamiento colectivo, en particular lo referente al arte representativo. Tales ausencias pueden ser segmentarias, propias de una zona de la producción de sentido, el caso de la prohibición del teatro, por caso, o el rechazo de las narraciones escritas (la novela), situaciones que muestran la diversidad (y complejidad) inherente a los procesos de mediatización y su articulación con la narratividad.

3. Heterogeneidad de los *dispositivos* ficcionales y construcción de colectivos sociales

Se ha señalado que todas las ficciones tienen en común la misma estructura intencional: la simulación lúdica compartida; es decir, existe un acuerdo entre las instancias que las producen y las instancias que las reconocen. Comparte también el tipo de construcción a través de operadores cognitivos miméticos, lo cual supone que su *materialidad* entraña algún tipo de posibilidad de reco-

nocimiento de la cualidad de la proposición o de la mostración (se modeliza un episodio o acontecimiento de manera que se establece una distancia con lo efectivamente existente o producido). Posee, asimismo, un conjunto de restricciones cognitivas, que presentan relaciones de analogía global entre el modelo al que remite y aquello que lo modeliza. El universo al que remite posee analogías con aquello que se supone o se considera ser un “existente” real. Pero esas instancias correspondientes a la ficción se distinguen por el modo en que ellas nos permiten acceder al universo en cuestión, es decir, por el modo o los modos en que el universo ficcional construye o da lugar a figuras que propician el proceso de “inmersión mimética” (el modo en que de una u otra manera cada uno de nosotros otorga al mundo representado las cualidades que supuestamente corresponden a otro mundo).

Es decir, las modalidades por las que accedemos a esos mundos se realizan a través de artificios que podemos denominar, por el momento, *dispositivos ficcionales* en tanto que constituyen imitaciones lúdicas de lo que es vivido, actuado, percibido como lugar de ocurrencia de eso que llamamos la realidad, sea ésta presente, pasada, futura, próxima, lejana. Es, entonces, importante reconocer que “la ficción posee modos de ser muy diferentes según los soportes simbólicos en los que ellos se encarnan: relato verbal, obra teatral, arte del mimo, ficción radiofónica, historieta, pintura, a veces la fotografía, el cine, los dibujos animados, las instalaciones (en las Artes Plásticas), los sistemas de realidad virtual. Estas diferencias no son simples diferencias formales” (SCHAEFFER, 1999, p. 243).

Esta diferenciación es crucial, pues nos señala que cada uno de esos modos propende a una economía diferenciada de nuestra percepción y de manera más amplia y restrictiva a una posición de nuestra psique, nuestro cuerpo en su conjunto y una relación social de consumo diferenciada; las tres condiciones sumadas dan lugar a una

modalidad básica que regula la producción de sentido de una categoría discursiva (METZ, 1971).

Cada uno de los componentes de esta enumeración da lugar a diferentes modalidades de inmersión que proponen una experiencia ficcional irreductible más allá de que cada una de esas obras puede dar cuenta de la misma historia. Contar o que nos cuenten un acontecimiento no es lo mismo que percibirlo en su efectivo desarrollo. Los procedimientos que hemos enumerado han surgido en momentos distintos y alejados entre sí como ya hemos reseñado. Su efectiva posibilidad de existencia y de instalación en el mundo se asocia con un conjunto de condiciones de producción de orden muy diferente: un conjunto de ellas concierne a los procedimientos que dan lugar a las configuraciones que llamaremos provisoriamente “Semánticas” (reglas de la oralidad, reglas de la escritura, reglas gramaticales, reglas de organización argumentativa, de secuenciación del relato, etc.). Otras, en cambio, están estrechamente relacionadas con su instalación social, como procesos que dan lugar a la organización de “colectivos de empleo”, un acto político, una función cinematográfica; tales fenómenos se incluyen dentro de la noción de *dispositivos* (TRAVERSA, 2001).

La dimensión y características de los colectivos de empleo están reguladas por procedimientos técnicos que conllevan trabajo social (modelar una inscripción epigráfica, producir un libro, registrar una emisión televisiva, emitir un mail). La instalación de estos procedimientos da lugar a relaciones vinculares que denominaremos “hechos mediáticos” (de dimensión, tiempo y circunstancias variables) que propician un fenómeno –crucial para el *Homo sapiens*– que sumados y extendidos en el tiempo denominamos *mediatización*.

Decimos hecho crucial, en tanto que la evolución del *sapiens* estuvo desde su inicio vinculada a hechos instrumentales (producción de herramientas para el cumpli-

miento de funciones tróficas o de cobijo) que implicaban hechos colectivos de carácter relacional que comportan un indispensable componente comunicacional (la incorporación a los procedimientos simbólicos del mundo de los lenguajes); de allí hasta el presente y también en el futuro se despliega ese fenómeno.

Tal cual hemos señalado, este proceso está instalado en la larga duración y cada uno de sus momentos ha dado lugar a reflexiones de especialistas que han indicado acerca de la particularidad del objeto de sus investigaciones, se trate de la iconografía de una caverna o el pasaje de la oralidad a la escritura, y, más cercanamente, de la incidencia social de la radio o de Internet.

4. Mediatización, ficción y narratividad: ¿se pueden señalar aspectos que las aúnen?

La extensión de los límites temporales y espaciales nos ayuda a pensar el problema en toda su amplitud. Ya los arqueólogos, a partir de los restos de la imagería en las cavernas de una antigüedad que excede los diez mil años y mucho más, han realizado esfuerzos por asignar a ciertas secuencias icónicas el carácter de fragmentos que integran una narración. Una señal importante, entonces, pues constituye un indicador de que esa dimensión es posible que se integrara tempranamente a las prácticas sociales, dando lugar también a pensar que esas mismas organizaciones icónicas, de posible carácter narrativo, formarían parte del acervo de la actividad oral, patentizada con procedimientos distintos, al de momentos anteriores.

No es necesario insistir en que los fenómenos escriturales –de seis o siete milenios de antigüedad– encuentran para el horizonte de la cultura occidental su gran culminación en Grecia, siete u ocho siglos antes del comienzo de nuestra era; seguido por el desenvolvimiento de la escritura, por algo más de veinte siglos, hasta la

emergencia de la imprenta. Este último momento, crucial para la extensión de la escritura al conjunto de la sociedad, cuyas consecuencias seguimos experimentando en nuestros días, a través de su papel en la Web por medio de la presencia productivamente activa de sus usuarios, sumado al fabuloso acervo documental en que se han constituido las aplicaciones de ese recurso. Encuentro que nos habla de una curiosa continuidad en la aparente discontinuidad absoluta.

Ese intervalo, de algunos milenios, nos muestra un camino anfractuoso pero ininterrumpido que brinda testimonios de la presencia de la asociación de narratividad y ficción, organizada según modalidades tipológicas o genéricas muy distintas agrupadas, asimismo, con diversas instalaciones y empleos en las prácticas sociales, sea en cuanto a la organización de la vida en común, las prácticas religiosas o la producción y acumulación del saber.

A partir del momento crucial de advenimiento de la imprenta, del que nos separan poco más de quinientos años, tanto la escritura como sus sucedáneos, incluyendo el desarrollo de la prensa y los procedimientos de índole eléctrico o electrónico, sea para expandir el sonido o las imágenes, han multiplicado los recursos para el tránsito discursivo, dando lugar a un crecimiento de la complejidad, tanto del universo mediático como del social donde se halla instalado.

En esa larga sucesión que hemos evocado, cada uno de sus momentos presenta algún tipo de articulación con la narratividad, modelando heterogéneas relaciones con el universo ficcional: si la ilustración de las cavernas (LEROI-GOURHAN, 1965) ha dado lugar a hipotéticas construcciones de un modo de articulación entre esos componentes, en nuestros días la ficción narrativa –vaya el caso– se cuele en la prensa digital, en pequeñas grageas –incorporada en distintos géneros– y de manera seriada en producciones específicas, semejantes a los folletines de prensa del siglo

XIX. Unas lejanas y otras cercanas animadas por lógicas semejantes, incluso en lo referente a las políticas comerciales (THÉRENTY; VAILLANT, 2001; TRAVERSA, 2013).

5. Cómo fueron pensadas estas cuestiones y cómo podrían pensarse: una hipótesis

Si bien la preocupación por la ficción y más precisamente la ficción narrativa se remonta a milenios, es Barthes (1966) quien se ocupará de señalar la extensión de ese recurso en nuestros días; los alcances del relato – como dimensión vertebral de la narratividad– encierran buena parte de los problemas que han agitado de manera directa o indirecta –dicha o no dicha– al conjunto del campo de las llamadas “ciencias del hombre y de la sociedad”. Efecto, este último, de su raigambre indisoluble con los procesos sociales.

Basta transcribir unas pocas líneas del texto con que se abre el número 8 de la revista *Communications*, para notar el espíritu con que Barthes trató el asunto –“*espíritu del tiempo*, quizá”– señala:

El relato puede ser vehiculizado por el lenguaje articulado, oral o escrito, por la imagen, fija o móvil, por el gesto y por la mezcla ordenada de todas esas substancias; él está presente en el mito, la leyenda, la fábula, el cuento, la novela, la epopeya, la historia, la tragedia, el drama, la comedia, la pantomima, la pintura (puede pensarse en la Santa Úrsula de Carpaccio), el vitral, el cine, la historieta, la crónica periodística, la conversación [...] el relato se presenta en todos los tiempos y en todas las sociedades [...].

La amplitud adjudicada por Barthes seguramente hoy sería más extensa, cuando han pasado ya cincuenta

años del nacimiento de ese párrafo, medio siglo particularmente activo en cuanto a fenómenos mediáticos de muy distinto orden, en especial referidos al estatuto y presencia de la ficción narrativa, por un lado, y, por otro, a la novedad absoluta de los procesos de digitalización y la Web, en cuanto a los modos inéditos de acceso y constitución de colectivos, a la par de gigantescos desplazamientos cuanti y cualitativos de las prácticas textuales, muy especialmente las escriturales o verbales breves y la reversión fotográfica a lo privado o lo íntimo, entre otros fenómenos.

Podríamos señalar que la enumeración de Barthes, en especial por su diversidad en cuanto a materia de la expresión, abrió un capítulo sin precedente de los estudios discursivos en el ámbito internacional; las universidades, por caso, abrieron sus puertas a tópicos y prácticas antes desatendidas, el cine, la TV, los comics (despreciables para muchos). Pero, sin embargo, un segundo aspecto reviste el carácter de crucial, dando lugar a dos singularidades de procedimiento analítico, enraizadas y promovidas por esa misma diversidad, dado que deben atender a las diferencias insoslayables que conllevan los componentes de ese repertorio. Por una parte el requisito de *especificidad* (METZ, 1971), exigencia básica de los estudios de configuraciones discursivas, en especial cuando se desbordan las formas tradicionales de soporte de la escritura, y otro, el relacional, que compete a la *enunciación* (BENVENISTE, 1974), la que debe atender a procedimientos diferentes de los que dieron origen a esa noción, que incluyen hibridaciones heterogéneas (semanarios, cine, distintas modalidades escénicas, públicos a distancia de características indeterminadas, etc.) (METZ, 1991; FISHER; VERÓN, 1999, entre otros). Ambos requisitos analíticos convocan a su vez ciertos particulares que los precisan: “materialidad discursiva” atiende a la dimensión perceptiva que una discursividad pone en juego (visual, sonora, combinada), la que define el lugar del cuerpo en el proceso; junto al uni-

versal “desfase entre producción y reconocimiento”, que se exacerba y patentiza en los procesos mediáticos, en la medida del aumento de la complejidad tecnológica (VERÓN, 1986).

Suman, el conjunto de nociones que anteceden, los instrumentos básicos indispensables, *no exclusivos* para *acercarse* a las relaciones entre ficción narrativa y mediatización, necesarios para ir al encuentro del trazado de los “puentes”, a los que suele aludirse cuando se habla en torno a la interdisciplina, tópico fácil de proclamar pero difícil de practicar. La advertencia que pretendimos introducir con el término “acercarse” se liga con la singularidad del problema en cuestión, lo que solicita en este dominio es la realización de avances empíricos, por caso el recurso al comparatismo histórico de los procesos de mediatización en distintos dominios del desempeño de los dispositivos, tanto en sus modos de emergencia como en su desarrollo. Es necesario no dejar de lado el trayecto de las historias particulares (escritura, cine, TV, etc.) las que rebosan tanto de saberes de cuño histórico (sea de referencias tecnológicas o estéticas en sentido amplio) como los concernientes a la operatoria social de los medios y la lectura. No es tampoco menor el agregado del bagaje de la crítica, tanto la de raíz sociológica como la de inspiración artística. Tales componentes de esos márgenes constituyen un insumo básico para avanzar en las relaciones que pretendemos elucidar; el sucinto ramillete de nociones que trajimos a cuento, a partir del estímulo de la vieja-nueva enumeración de Barthes, nos ayudó, acompañados por la deriva de lecturas que evocamos a lo largo de estas páginas, a formular la siguiente hipótesis de trabajo: ***los procesos narrativos, sean ficcionales o no, operan en la mediatización con carácter selectivo a partir de sus componentes de carácter sintáctico o semántico, en conjunto con las técnicas, que los caracterizan (y sus soportes sociales, económicos, etc.) de modo de articu-***

lar los desempeños de los actores sociales individuales con los colectivos, a través de dispositivos integrados por series simples (oralidad, escritura, y otros) o múltiples (TV, cine, libros y otros), dando lugar a las articulaciones generalizadas entre colectivos sociales.

Una primera utilidad que es posible adjudicar a esta hipótesis es la de admitir su *falsación*, sea por las vías del exceso de las dimensiones a las que presta atención, pero no por su defecto. A nuestro entender, si por un lado incluye individuos e instituciones, en el mismo movimiento se ponen en juego el conjunto de sus propiedades. Es decir: dos entidades asimétricas en cuanto a su relación con la temporalidad: una limitada en la duración de una vida con sus designios y apetitos, la otra indefinida en su duración y trayectos. Ese lugar simultáneo del cuerpo y del no-cuerpo es convocado en todo el trayecto de la *mediatización*; una tensión, en síntesis, siempre necesaria de resolver, por caso: la instantaneidad pasional en un trazo de escritura y la duración de un testimonio escrito (o bien la escritura misma). Cada dispositivo que integra la larga historia de la mediatización ha resuelto, cada uno a su manera, esa tensión.

Referencias

- BARTHES, Roland. Introduction a l'analyse structurale de récits. *Communications*, Paris: Seuil, v. 8, p. 1-27, 1966.
- BRIGGS, Assa; BURKE, Peter. *De Gutenberg a Internet: una historia social de los medios de comunicación*. Madrid: Taurus Historia, 2002 [1997].
- BRUNER, Jerome. *Realidad mental y mundos posibles*. Buenos Aires: Gedisa Editorial, 2012 [1986].
- BENVENISTE, Émile. L'appareil formel de l'énonciation In: *Problemes de linguistique générale II*. Paris: Éditions Gallimard, 1974 [1970]. p. 79-90.

- CHARTIER, Roger; CAVALLO, Guglielmo (coord.). *Historia de la lectura en el mundo occidental*. Madrid: Taurus, 1997.
- DARNTON, Robert. *Edición y subversión: Literatura clandestina en el antiguo régimen*. Madrid: Turner-FCE, 2003.
- FERNÁNDEZ, Mariano. Sobre la mediatización: revisión conceptual y propuesta analítica. *La trama de la comunicación*. Rosario: UNR Editora, 2014. p. 189-209.
- FISHER, Sophie; VERÓN, Eliseo. Théorie de l'énonciation et discours sociaux. In: FISHER, S. *Énonciation: manières et territoires*. Paris: OPHRYS, 1995 [1986]. p. 183-205.
- GOODY, Jack. *Representaciones y contradicciones: la ambivalencia hacia las imágenes, el teatro, la ficción, las reliquias y la sexualidad*. Barcelona: Paidós Ibérica, 1999 [1997].
- HAVELOCK, Erick. *La musa aprende a escribir: Reflexiones sobre oralidad y escritura desde la antigüedad hasta el presente*. Barcelona: Paidós, 1996 [1986].
- HJARVARD, Stig. The mediatization of society: A theory of the media agents of social and cultural change, *Nordicom Review*, v. 29, p. 105-134, 2008.
- LAPIERRE, Nicole; ALVARADO, Ramón. *Un crisol de pensamiento colectivo: Medio siglo de la revista *Communications**, Barcelona: Gedisa, 2014 [2012].
- LAZARSELD, Paul. Los medios de difusión y las masas. In: *Historia y elementos de la sociología del conocimiento*. Tomo II. Buenos Aires: Eudeba, 1964 [1955].
- LEROI-GOURHAN, André. *El gesto y la palabra*. Caracas: Ediciones de la Universidad Central de Venezuela, 1971 [1965].
- McLUHAN, Marshall. *La galaxia Gutemberg: Génesis del *Homo typographicus**. Barcelona: Círculo de Lectores, 1998 [1962].

- METZ, Christian. Spécifique / non-spécifique: relativité d'un partage maintenu. In: *Langage et cinéma*. Paris: Larousse, 1971. p. 157-189. (Langue et langage).
- METZ, Christian. *L'Énonciation impersonnelle ou le site du film*. Paris: Méridiens Klincksieck, 1991.
- SCHAEFFER, Jean Marie. *Pourquoi la fiction?* Paris: Seuil, 1999.
- THERENTY, Marie-Eve; VAILLANT, Alain. *1836 l'An de l'ère médiatique*. Paris: Nouveau Monde Éditions, 2001.
- TOMASELLO, Michael. *Los orígenes culturales de la cognición humana*. Buenos Aires: Amorrortu, 2007 [1999].
- TOMASELLO, Michael. *Los orígenes de la comunicación humana*. Buenos Aires: Katz Conocimiento, 2013 [2008].
- TRAVERSA, Oscar. Aproximaciones a la noción de dispositivo. *Signo y Señal*: Revista del Instituto de Lingüística, Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras (UBA), v. 12, p. 232-247, 2001.
- TRAVERSA, Oscar. Comentarios acerca de la aparición de La Presse. In: *Inflexiones del discurso: cambios y rupturas en la trayectoria del sentido*. Buenos Aires: Santiago Arcos Editor/SEMA, 2013 [2009]. p. 235-262.
- TRAVERSA, Oscar. Dispositivo-enunciación: en torno a sus modos de articularse. In: *Inflexiones del discurso: cambios y rupturas en la trayectoria del sentido*. Buenos Aires: Santiago Arcos Editor/SEMA, 2013 [2009]. p. 63-85.
- VERÓN, Eliseo. *La mediatización: cursos y conferencias N° 9*. Buenos Aires: UBA Facultad de Filosofía y Letras, 1985.
- VERÓN, Eliseo. *La semiosis social*. Barcelona: Gedisa, 1986. (Col. El mamífero parlante).
- VERÓN, Eliseo. *La semiosis social, 2: Ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós, 2013. (Estudios de Comunicación, 38).

- VERÓN, Eliseo. Mediatization theory: A semio-anthropological perspective. In: *Handbooks of Communication Science*. Berlin/Boston: De Gruyter Mouton, 2014. v. 21, p. 163-174.
- WILLIAMS, Raymond. *Historia de la comunicación*. Barcelona: Bosch Casa Editorial, 1992.
- ZUMTHOR, Paul. *La lettre et la voix: de la "littérature" médiévale*. Paris: Éditions du Seuil, 1987.

Processos de mediatização: agenda e desafios da pesquisa no domínio da comunicação

Mediatization processes: Agenda and challenges of research in the field of communication

Giovandro Marcus Ferreira

“A cultura dos mass media é uma religião, e
é muito difícil sair do santuário”

Harvey Cox

Resumo: Este artigo tem como objetivo colocar em relevo alguns aspectos dos estudos dos processos de mediatização, numa perspectiva de agenda e desafios da pesquisa no âmbito da comunicação. Ele está dividido em duas partes: de um lado, através de um movimento *ad extra*, que almeja articular teorias da comunicação enquanto construção de teorias sociais; e, de outro, *ad intra*, que revisita teorias da comunicação, edificadas nas últimas décadas, numa visão

de acúmulo em direção à construção de um saber mais autônomo, que pode ser coroado nesta empreitada na busca de elaboração de uma teoria da mediatização.

Palavras-chave: Processos de mediatização. Teorias da comunicação. Teorias sociais.

Abstract: This article aims to highlight some aspects of the study of mediatization processes from a perspective of agenda and challenges of research in the realm of communication. It is divided into two parts: on the one hand, through an ad extra movement, aiming to articulate communication theories present in the construction of social theories; and, on the other, an ad intra movement which revisits communication theories edified in the last decades, in a vision of accumulation that leads to the construction of a more autonomous knowledge, one that may be crowned in this endeavor in the pursuit of the elaboration of a mediatization theory.

Keywords: Mediatization processes. Communication theories. Social theories.

1. Introdução

Antes de iniciar minha reflexão, gostaria de expressar minha alegria de estar compartilhando esse trabalho na Unisinos. Tal alegria tem duas razões mais explícitas que consigo detectar. A primeira, mais evidente, de fazer parte de um grupo do qual vários colegas desta universidade também fazem. Vir aqui é uma sensação de tornar visível uma espécie de escola invisível que construímos desde o início do ano 2000, que tem trabalhado diversos temas, inclusive os processos de mediatização, objeto desse nosso encontro. Esse e outros temas são partilhados por diferentes grupos – brasileiros e estrangeiros –, inclusive o CEPAD – Centro de Estudos e Pesquisa em Análise do Discurso Mediático, da Universidade Federal da Bahia, do qual faço parte.

A segunda razão se refere às origens dessa universidade, fundada por religiosos jesuítas. A postura em torno da reflexão sobre os processos da mediação exige alguma originalidade como foi no passado a ação missionária com a atitude lendária dos jesuítas na China e no Paraguai, que foram capazes de sacrificar o que era secundário e acidental, como aspectos culturais, ideias e atitudes tradicionais. Mesmo sendo as aventuras missionárias na China – de Ricci e outros missionários jesuítas – contadas, muitas vezes, com mais exaltação do que exatidão, percebe-se, no entanto, que quando a ousadia é grande, o risco cresce na mesma proporção. Certamente, em outras proporções, há uma relação semelhante entre ousadia e riscos em torno da reflexão sobre os processos de mediação.

A nossa problemática de base assinala fortemente que, no interior da construção de uma teoria da mediação, busca-se edificar, sobretudo, uma teoria social que tenha os meios de comunicação como elemento fundamental para se pensar a cultura e a sociedade, e não uma variável dependente, como consideram algumas teorias da comunicação, como é o caso do funcionalismo. A partir desta expectativa, surgem oportunidades e desafios, que podem ser contemplados se recorreremos à história das teorias da comunicação (movimento *ad intra*) e à aproximação com as diferentes teorias sociais contemporâneas (movimento *ad extra*), formuladas nas últimas décadas, após a forte crítica ao empirismo científico.

2. Dos estudos sobre os processos de mediação: uma *démarche* rumo às mudanças socioculturais

É sempre interessante reler, quando se está envolvido na produção de conhecimento de fronteiras – como é o caso das pesquisas sobre os processos de mediação – a abertura do primeiro capítulo do livro de Clifford Geertz

The Interpretation of Cultures, quando surgem novas ideias acompanhadas de enormes desafios. Na verdade, C. Geertz abre seu livro citando o livro de Susanne Langer, intitulado *Philosophy in a New Key*, segundo o qual certas ideias vêm acompanhadas de soluções para diferentes problemas fundamentais, que parecem solucionar todos os problemas fundamentais com potencial de clarear suas várias zonas de obscuridade. No entanto, com a familiaridade, na relação com outros conceitos que já trabalhamos, a nova ideia deixa de ter uma popularidade exagerada. E Geertz indaga se essa não seria a construção dos conceitos científicos, se não de todos, pelo menos de boa parte deles.

No início dos anos 80, algumas ideias passaram a adquirir uma grande popularidade, enfatizando mudanças na sociedade com fortes demarcações entre o passado e o futuro. As mudanças esboçadas estavam ainda bastante arraigadas nas referências passadas e o pós guiava diversas análises, como a noção de pós-modernidade, pós-industrial, entre outras, mobilizando cientistas sociais e das humanidades. Teóricos da comunicação também fazem parte desta busca de uma perspectiva que pudesse proporcionar uma análise mais ampla e articulada, levando à implicação dos meios de comunicação neste ambiente em mudança.

Tradicionalmente, os estudos de comunicação colocam as teorias de comunicação numa posição tributária de teorias sociais, elevando essas últimas à condição de alicerce de uma eventual teoria e/ou modelo comunicativo. Os manuais de teorias da comunicação têm, com frequência, uma organização em que apresentamos teorias e/ou modelos de comunicação mantendo o seguinte itinerário: o ponto de partida é o contexto sócio-histórico no qual surge uma teoria e/ou modelo comunicativo; em seguida, apresenta-se uma teoria social que funciona como uma espécie de arcabouço teórico que vai dar sustentação e coerência à leitura dos processos de comunicação, sen-

do, assim, oferecida uma teoria da comunicação e, mais especificamente após, um modelo comunicativo. Nesta perspectiva, Francisco Rüdiger chega afirmar que “as teorias da comunicação não são construções intelectuais autônomas, surgiram e se desenvolveram com o progresso da teoria social [...]” (RÜDIGER, 1995, p. 12).

Como a construção de teorias sociais foi fortemente marcada pelo domínio da sociologia, muitos trabalharam com as teorias da comunicação como se fossem um ramo da sociologia, uma espécie de sociologia da comunicação. Esse cenário enfraquece suas fronteiras quando o binômio apresentação – representação vai perdendo sentido. Os meios de comunicação não se limitam à função de re-presentar a realidade, mas eles passam a ser considerados construtores de realidades em razão da onipresença desses meios nas lógicas e relações sociais nas sociedades contemporâneas. As mudanças sociais vão reverberar sobre a construção do discurso social e, conseqüentemente, sobre a teoria do discurso social sobretudo pelo viés da legitimidade na pós-modernidade ou modernidade tardia.

A crise de legitimidade acarreta que nenhum grande relato ou narrativa goza de legitimidade no organismo social. A crise das ideologias globalizantes é também fruto de uma crise da discursividade social, ou seja, volta a questão histórica da relação entre a maneira de se comunicar e o funcionamento social (VERÓN, 1984). Qual a implicação dos meios de comunicação no que concerne à organização social de uma determinada época? Quais as implicações dos meios de comunicação no desenvolvimento e estruturação das sociedades contemporâneas e do seu futuro? A crise de legitimidade nas democracias contemporâneas tem a ver com as mudanças no ambiente mediático atual? Essas são algumas questões que norteiam as reflexões de diferentes abordagens acerca da mediatização.

As primeiras discussões sobre mediatização, no início dos anos 80 – lá se vão mais de 30 anos –, tinham

como objetivo articular fragmentos de análises dispersas das mudanças socioculturais, colocando em relevo a implicação dos meios de comunicação. Porém, a reflexão sobre os processos de mediatização se torna mais visível com o envolvimento de estudiosos dos EUA e do norte da Europa, em meados dos anos 90. Essa reflexão é influenciada, sobretudo, por estudos sociológicos, um empreendimento já esboçado com o advento da cultura de massa, nas décadas precedentes, numa perspectiva de construção de uma teoria social ou teoria da cultura de massa e, mais tarde, de uma teoria social da comunicação de massa. A perspectiva do estudo da mediatização surge, então, no diálogo com outros conceitos que vieram caracterizar mudanças na sociedade, marcada pela sua entrada numa nova etapa da hipermediatização que resulta da emergência dos multimeios, uma explosão provocada pelos hipertextos, que foi também denominada de globalização.

A reflexão sobre os processos de mediatização, desde os anos 80, vai ressaltar, de um lado, características de mudanças sócio-históricas, tendo a implicação dos meios de comunicação, e, de outro, uma tentativa teórico-metodológica numa perspectiva de construção de teoria social. Esse é um caminho que pode ser evidenciado em quatro diferentes perspectivas:

(1) A perspectiva semioantropológica, que leva em consideração a longa história, as mudanças desde o *Homo sapiens*, mesmo tendo como ênfase as mudanças mais recentes a partir da sociedade moderna. Esta visão analítica parte desde os primeiros estágios da semiose humana, da exteriorização dos processos mentais, e é majoritariamente marcada por estudos de origem semiótica (VERÓN, 2014).

(2) A perspectiva institucional, que marca fortemente em quantidade os estudos recentes, traz no bojo geralmente uma influência funcionalista, no exame da concentração do poder mediático nos diferentes setores

da vida social (política, religião, educação, etc.) ao longo dos processos da modernidade e da modernidade tardia (LIVINGSTONE; LUNT, 2014).

(3) A perspectiva tecnológica, que enfatiza a inovação tecnológica associada à globalização, a convergência ou integração mediática na modernidade tardia. Esta perspectiva tem influência da teoria dos meios, teorias pós-estruturalistas e destaca a noção de sociedade em rede para o exame das transformações digitais ao nível macro e microssocial (ibid.).

(4) A perspectiva cultural considera as mudanças históricas em todas as formas de mediação, a partir de uma compreensão socioconstrutivista. Há influência de teóricos como Raymond Williams e James Carey numa compreensão de que os meios de comunicação estão fortemente imbricados com a cultura, identidades e pertencimento (ibid.).

A ambição da pesquisa de mediatização é entender as mudanças nos meios de comunicação e suas implicações no nível macrossocial (campos sociais, instituições, etc.), como também no nível microssocial, sobretudo no que toca às mudanças dos indivíduos. Há uma busca de articular os três níveis de análise (instituições, meios de comunicação e indivíduos), tendo como objetivo o ordenamento do campo de estudo sobre a mediatização, marcado na sua história pela parcialidade e fragmentação.

3. Dos estudos sobre os processos de mediatização: uma busca de construção de teoria social

A aproximação dos estudos dos processos de mediatização à teoria social pode ser ajudada, num primeiro momento, pela reflexão de Anthony Giddens e Jonathan Turner, através do livro *Teoria Social hoje*, que abarca as principais tendências e tradições da teoria social. Logo de

início, eles fazem uma declaração que nos ajuda no propósito estabelecido neste artigo.

“Não consideramos a teoria social propriedade de nenhuma disciplina, pois questões referentes à vida social e aos produtos culturais da atividade humana permeiam as ciências sociais e as humanidades” (GIDDENS; TURNER, 1999, p. 7). Mais adiante, estes autores afirmam que as importantes mudanças na teoria social dos últimos anos foram a grande motivação da elaboração do referido livro, após um período de ciência dita “unificada” que passou a ter uma aceitação geral e uma semelhança entre as lógicas da ciência natural e da ciência social. Nesta perspectiva, a ciência geral passa a ser orientada por um único corpo de princípios, onde os cientistas sociais têm a tarefa de examinar os fundamentos lógicos da ciência natural para daí explicar a natureza de seus empreendimentos, muitas vezes lançando mão, de forma ingênua, de princípios da filosofia da ciência natural (GIDDENS; TURNER, 1999).

Questões em torno da interpretação eram evitadas e rechaçadas em razão, de um lado, da ciência natural não ser considerada um investimento interpretativo e, de outro, da construção de conceitos e teorias que se entendia ser oriunda das observações empíricas diretas. Porém, mudanças ocorreram, em décadas precedentes, sendo o empirismo lógico fortemente combatido por autores como Kuhn, Lakatos, Hesse e outros. Surge, então, a “nova filosofia das ciências”, que pode ser apresentada sumariamente:

Resumindo em traços gerais essa nova concepção, é afastada a ideia de que podem existir observações isentas de teoria, enquanto os sistemas de leis dedutíveis entre si já não são entronizados como ideal supremo da explicação científica. Mais importante ainda, considera-se a ciência como um esforço interpretativo, de modo que problemas como significado, comunicação e tra-

dução se tornam imediatamente relevantes para as teorias científicas (GIDDENS; TURNER, 1999, p. 9).

Tais mudanças provocaram uma proliferação de diferentes perspectivas de pensamento teórico, dando visibilidade a certas tradições filosóficas até então sem grandes expressões, como os hermeneutas (Gadamer, Ricoeur, etc.), a teoria crítica, o interacionismo simbólico, o pós-estruturalismo, a teoria dos campos sociais de Bourdieu, como também a volta do funcionalismo estrutural, entre outras abordagens. Nestas investidas, houve, a partir de diferentes teóricos, a busca pela reconceitualização da natureza da ação que migra do extremo do objetivismo para outro extremo, do subjetivismo ou do voluntarismo.

Neste contexto teórico, surgem, igualmente, questionamentos sobre o fazer comunicacional, quando Craig Calhoun interpela teóricos da comunicação com as seguintes interrogações:

Que traços melhor caracterizam o mundo contemporâneo? Entre as grandes mudanças ocorridas no cenário global, quais são aquelas que de maneira mais completa definem o tempo presente? Como transitar da perplexidade que essas mudanças inspiram para sua inteligibilidade em grandes quadros interpretativos? O que está mudando no domínio dos estudos da comunicação em termos de modelo analítico com a mudança da paisagem mediática? (CALHOUN, 2014, p. 1/6).

Podemos completar: seria essa mudança de paisagem mediática um início (prelúdio) de mudanças substanciais no âmbito conceitual, provocadas sobretudo pelo advento da internet e, em seguida, pelas suas diferentes fases ou desdobramentos ao longo dos últimos anos? Esta e outras questões podem ajudar no reforço da construção

do campo comunicacional a partir de uma perspectiva mais estratégica e coesa, podendo-se avançar na direção de uma eventual aproximação em relação à histórica divisão que acompanha as pesquisas de comunicação, desde muito, entre o universalismo científico e o foco humanístico, através da precisão quantitativa e da profundidade interpretativa. As questões podem, igualmente, contribuir, no domínio da teoria social, na consolidação de conceitos que estão sendo construídos sob diferentes perspectivas analíticas, como indicam Sonia Livingstone e Peter Lunt, a partir de diferentes dimensões (LIVINGSTONE; LUNT, 2014).

Esta perspectiva pode ajudar os teóricos das ciências da comunicação à indagação sobre o lugar a ser ocupado pelos estudos da comunicação no interior das ciências humanas e sociais. Provavelmente os processos comunicacionais analisados a partir das contribuições do estudo da semiose mediatizada (uma busca de elementos para uma possível teoria da mediação) sejam um domínio interessante para contemplar e responder, em parte, as provocações de Craig Calhoun, na busca de uma “Comunicação como Ciência Social (e mais)” (CALHOUN, 2012).

A oportunidade de se analisar os estudos sobre o processo de mediação se torna relevante em decorrência de uma lógica social que é marcada por dois processos sócio-históricos distintos e articulados – globalização e individualização. Esta pode ser uma rica contribuição quando se observam, num passado não tão distante, diferentes disciplinas das ciências humanas e sociais estabilizadas nos estudos de seus objetos: a economia fixada no *homo oeconomicus*, a sociologia guiada pelas ações sociais orientadas, a psicologia (incluindo a psicanálise) presa na subjetividade, a linguística isolada no seu sujeito falante, etc. (VERÓN, 2013).

Trabalhar os processos de mediação numa perspectiva de construção de uma teoria social pode con-

tribuir de diferentes maneiras no enriquecimento da produção teórica no domínio da comunicação. Em primeiro lugar, pode-se tentar sair da relação dual entre uma teoria social e a teoria da comunicação, esta última na condição de dependente da teoria social, como bem demonstram os manuais de teorias da comunicação. Em segundo lugar, podem-se pensar os processos de mediatização no nível macrossocial, nas instituições ou como metaprocessos (COULDRY, 2014) e, igualmente, no nível microssocial, numa leitura ou reflexão sobre o indivíduo na sua inserção social. Em terceiro lugar, pode-se também proporcionar uma relação, confrontação entre a teoria da mediatização e as teorias sociais já construídas. A aproximação com outros olhares sobre as lógicas sociais, distanciando-se da noção de lógica da mídia, pode ajudar a fugir de tendências que arrastam a reflexão sobre a mediatização para uma visão de causalidade, teleológica ou normativa dos processos sociais.

Neste aspecto, pode-se recorrer a Norbert Elias, não só por suas análises que contemplam a longa história, como a perspectiva de processo civilizador (ELIAS, 1993a, 2011), mas também quando ele alerta sobre as modalidades da produção científica e faz a comparação de sua atitude com a realização de um longo telefonema: ele dizendo algo e, de outro lado da linha, alguém respondendo que não estava ouvindo e pedindo para ele falar mais alto (ELIAS, 1991). E, assim, continua o telefonema sem avançar na conversa. Provavelmente, este telefonema concerne também à produção científica no domínio da comunicação. Este esforço de busca de cientificidade de Elias é um alerta para as ciências sociais e humanidades que, muitas vezes, reduzem situações complexas a uma visão metafísica, teleológica ou normativa (FERREIRA, 2006).

A tendência metafísica busca substancializar tratados, noções, construções mentais sem verificação empírica, como seres transcendentais. Elias usa como exemplo

o mito do indivíduo autônomo diante de uma sociedade externa. Segundo ele, trata-se de um mito que a ciência deve combater e não propagar, sendo ela conduzida por entidades dicotômicas (p. ex., indivíduo *versus* sociedade), sem capacidade de diferenciar a percepção do objeto analisado. Elias tem a obstinação, segundo Sergio Miceli, de construir empiricamente a descrição das estruturas de experiência, sempre marcada pela verificação na confrontação de dados objetivados (MICELI, 1999). Nesta perspectiva, Elias busca evitar o efeito arrastão que certas noções provocam em muitas descrições sociais.

A tendência metafísica apresentada por Elias pode ajudar algumas análises sobre o processo de mediação ancoradas na noção “lógica da mídia”, como já havia alertado Nick Couldry. Essa noção, que aparece no final dos anos 70, conhece um sucesso e uma aceitação enorme, mas sem consistência empírica (COULDY, 2014). Rever as noções que carregam no seu bojo o efeito arrastão na análise dos processos de mediação se coloca como um grande desafio rumo à construção de uma teoria social. (Voltaremos a esta noção mais à frente neste texto).

A segunda tendência ou aspecto das ciências sociais é o teleológico, que fixa um ordenamento das coisas, um objetivo na evolução social, cultural, tecnológica, etc. Em geral, há um ordenamento em direção ao bem ou ao mal, que nos estudos de comunicação se pode observar na reflexão sobre a mudança ou evolução tecnológica de McLuhan, Pierre Levy, de característica otimista, ou então, numa outra vertente, de Jean Baudrillard, marcada por um niilismo tecnológico. Nos estudos da mediação, sobretudo no domínio da política, percebe-se, igualmente, uma tendência quando se busca caracterizar, em alguns estudos, os destinos e as mudanças na democracia contemporânea, seja, de um lado, com o anúncio do advento de uma democracia colaborativa, ou, de outro, com a denúncia do retorno de regimes de vigilância e/ou autoritários.

A terceira tendência é o aspecto normativo ou, como era denominado por Norbert Elias, de “entrave normativo”, que coloca a evolução social sob a égide de funções ideais. No funcionalismo a descrição é feita sob a ótica de funções e disfunções, segundo a norma estabelecida pelo pesquisador. Para combater a polaridade axiológica, oriunda de uma visão bipolar sustentada por valores do pesquisador, Elias faz um apelo à “neutralidade axiológica”, ventilada, segundo ele, desde o século XIX no pensamento sociológico.

Como já ressaltamos em outro momento (FERREIRA, 2006), um dos objetivos de Norbert Elias, no livro *Engajamento e distanciamento*, inscreve-se no debate, que atravessa as ciências sociais, a respeito da dependência dos saberes sobre a sociedade em relação aos julgamentos e engajamentos dos pesquisadores. Ele pleiteia a objetivação da posição do pesquisador, buscando um “desencantamento emocional”, para uma melhor separação do saber científico em relação aos preconceitos, aos afetos (ELIAS, 1993).

Diante destes entraves, Elias almeja discutir, igualmente, o que impulsiona a pesquisa científica, isto é, a formulação de problema. No fundo, para Elias, os três impasses principais das ciências sociais levaram este domínio do saber a girar em torno de falsos problemas. Os falsos problemas, segundo Elias, foram criados por vários fatores, em que ele destaca o logicismo, a relação de causalidade, o pensamento descontínuo e o fatiamento (*decoupage*) disciplinar (HEINICH, 1997).

4. Dos estudos sobre os processos de mediatização: movimentos *ad intra* e *ad extra* em direção à teoria social

No movimento *ad intra*, tendo como referência os estudos da comunicação, vamos colocar duas obras de

dois teóricos em destaque para ajudar na relação entre mediatização e teoria social: Edgard Morin e John Thompson. Suas principais obras no tocante à teoria social ou cultural têm um intervalo de 33 anos. Morin publica *L'esprit du temps. Essai sur la culture de masse* em 1962, e John B. Thompson lança *The media and modernity – A social theory of the media* em 1995. O contexto dos anos 60 é marcado por muitas transformações socioculturais na Europa, com um protagonismo crescente dos meios de comunicação na dinâmica sociocultural, em especial da televisão. Já nos anos 90 observam-se a consolidação dos meios de comunicação de massa e o anúncio de uma nova etapa da semiótica mediatizada, sublinhada pela presença da internet. Apesar da distância entre as duas obras, ambas se afastam de uma visão teórica mediocêntrica, sem deixar, no entanto, de se colocar numa ótica mediocentrada, que nos ajuda a contemplar o objetivo seguido neste artigo.

Edgard Morin funda, com Roland Barthes e George Friedmann, o CECMAS – Centro de Estudos de Comunicação de Massa, em 1960, e lança a revista *Communication*, em 1961. Na teoria da cultura de massas no século XX (neurose e necrose), o autor ressalta a forte relação entre a cultura do século XX e os meios de comunicação, mesmo que ela não seja uma emanção quase mecânica dos meios de comunicação, pois estes são canais universais de diferentes culturas. Porém, a cultura de massa tem na sua origem os meios de comunicação, mas também a empresa capitalista, segundo o autor. Ela é desenvolvida pelos e nos meios de comunicação segundo os ditames da história da sociedade moderna, caracterizada como industrial-capitalista-burguesa, tendo um mercado aberto pelas técnicas de difusão massiva, onde também os produtos culturais foram colocados como mercadoria sob à égide da oferta e da procura (MORIN, 1977a).

Inspirado em teorias socioculturais, numa perspectiva macrossocial, Edgard Morin analisa a cultura de

massa como produto de uma dialética entre a produção e o consumo, não perdendo de vista a riqueza e a complexidade da comunicação de massa, e busca compreender suas implicações e mecanismos, sem que ela fosse um redutor da vida social, como destacavam os teóricos da escola de Frankfurt, em especial Marcuse. As buscas de Morin abrangiam também a música, o rock, a televisão, etc., enfim, segundo ele, os novos sinais dos tempos.

Ele busca o paradoxo: é certo que Hollywood era uma empresa destinada a obter lucro, com a especialização e a racionalização do mundo industrial. Ele pergunta, então: como ocorre que não existem apenas filmes ruins, medíocres? Eis a defesa do paradoxo central: a produção é obrigada a fazer apelo à criação. Podem-se fabricar filmes como se fabricam automóveis, fazendo-os simplesmente... Mas cada filme deve ter sua singularidade, sua originalidade, sua fascinação (MORIN, 2016).

As mudanças provocadas pela cultura de massa ou o segundo processo de industrialização, agora da colonização do espírito, segundo o autor (MORIN, 1977)], vão transformando diferentes setores da vida social (trabalho, religião, etc.), provocando a criação de novos mitos até penetrar na vida privada: na cultura do divertimento, introduzindo o lazer e pelo lazer; o microuniverso em que é transformado o interior doméstico, a importância do automóvel e do turismo, forjando um individualismo moderno no quadro burguês, marcado pelo consumo, tendo como tríade que conduz a microutopia concreta a casa, a televisão e o carro (MORIN, 2016).

A cultura de massa se estende hoje fora do campo estrito dos meios de comunicação e envolve o vasto universo do consumo, do lazer, como ela alimenta também o microuniverso doméstico. Ela não reina jamais como mestre absoluto sobre os meios de comunicação... (ibid.).

E o autor alerta que, mais do que a manipulação, é preciso explorar a relação entre os meios de comunicação

e os nossos imaginários. A comunicação é multidimensional e ocorre em diferentes situações concretas e complexas. Por isso, segundo Morin, não se esgota na presunção de eficácia do emissor (estudo dos efeitos); “a mídia permanece um meio. A complexidade da comunicação continua a enfrentar o desafio da compreensão” (MORIN, 2003, p. 12).

John Thompson, no seu livro *The media and modernity – A social theory of the media* (tradução: *A mídia e a modernidade – uma teoria social da mídia*), coloca na introdução o objetivo do livro na tentativa de traçar o perfil das mudanças e “das subseqüentes transformações naquilo que chamarei de organização social do poder simbólico” (THOMPSON, 1998, p. 11) e explorar algumas de suas consequências para o tipo de mundo em que vivemos hoje. Ele defende que os meios de comunicação fazem parte da modernidade, de maneira intrínseca e complexa, juntamente com uma série de outros processos de desenvolvimento (THOMPSON, 1998). O autor ressalta que os teóricos sociais que trabalharam o desenvolvimento das sociedades modernas não trataram os meios de comunicação com a devida atenção.

Com raras exceções os pensadores sociais clássicos não atribuíram um papel significativo ao desenvolvimento dos meios de comunicação. Para eles, a chave da dinâmica social associada ao surgimento das sociedades modernas se assentava em outro lugar: consistia sobretudo nos processos de racionalização e secularização, através dos quais sociedades modernas gradualmente livrar-se-iam dos escombros do passado (THOMPSON, 1998, p. 13).

Thompson posiciona seu estudo numa perspectiva mútua do enriquecimento da teoria social, de um lado, e das pesquisas de comunicação, de outro, colocando os es-

tudos dos meios de comunicação em conjunto com outras disciplinas implicadas na teorização da emergência, do desenvolvimento e da estruturação das sociedades modernas.

Para Thompson, o desenvolvimento dos meios de comunicação implica a “reelaboração do caráter simbólico da vida social”. Numa apropriação de Clifford Geertz, o autor o cita enfatizando que “o homem é um animal suspenso em teias de significado que ele mesmo teceu”. Os meios de comunicação se relacionam com a produção, o armazenamento e a circulação de produtos e linguagens mediáticos e implicam, igualmente, numa outra ponta, os indivíduos que e os recebem e os interpretam. Logo, além dos aspectos do desenvolvimento tecnológico dos meios de comunicação, este processo está impulsionando uma semiose, cada vez mais mediatizada, que tem implicações no mundo social e na relação dos indivíduos entre si (ibid., p. 19-20).

São vários os atributos dos meios de comunicação neste processo de mudança destacados por Thompson: uma persistência no tempo ou fixação de forma simbólica; um certo grau de reprodução ou de multiplicação de formas simbólicas; a possibilidade de distanciamento espaço-temporal. Todos estes atributos estão implicados na mercantilização das formas simbólicas, que passam pelo processo de valorização econômica, no qual se pode destacar, como qualquer mercadoria, uma outra característica da comunicação, que é a circulação pública das formas simbólicas, disponível a uma pluralidade de destinatários ou consumidores. A circulação reforça cada vez mais a presença e a influência dos meios de comunicação no mundo social e também individual (THOMPSON, 1998).

Partindo da crítica ao pobre legado deixado por diferentes teorias sociais acerca do *self*, do sujeito, em especial o estruturalismo, Thompson caracteriza a natureza do eu (*self*) mais reflexivo e aberto na relação entre os indivíduos e as experiências no mundo mediatizado,

dependendo cada vez mais “dos próprios recursos para a construção de sua identidade coerente para si mesmos”, quando o processo de formação do *self* é cada vez mais dependente dos materiais simbólicos mediados, que provoca uma relação de enfraquecimento, não de destruição, com os aspectos do local compartilhado.

O *self* é um projeto simbólico que o indivíduo constrói ativamente. É um projeto que o indivíduo constrói com materiais simbólicos que lhe são disponíveis, materiais que vão tecendo uma narrativa coerente da própria identidade. Esta é uma narrativa que vai se modificando com o tempo, à medida que novos materiais, novas experiências vão entrando em cena e gradualmente redefinindo a sua identidade no curso da trajetória de sua vida. Dizer a nós mesmos e aos outros o que somos é recontar as narrativas – que são continuamente modificadas neste processo – de como chegamos até onde estamos e para onde estamos indo daqui para frente. Somos todos biógrafos não oficiais de nós mesmos, pois é somente construindo uma história, por mais vagamente que a façamos, que seremos capazes de dar sentido ao que somos e ao futuro que queremos (THOMPSON, 1998, p. 183-184).

Os meios de comunicação oferecem mobilidade aos inúmeros viajantes, às vezes, imóveis, permitindo-lhes um distanciamento dos aspectos imediatos e locais da vida cotidiana e, em contrapartida, possibilitando “intimidade à distância”. Enfim, o desenvolvimento das sociedades modernas fomentou um complexo reordenamento das esferas de experiências, hoje, muito mais aguçadas com o advento e desenvolvimento da internet. No entanto, podemos recuperar teorias e ensaios no âmbito da pesquisa de comunicação para nos ajudar a pensar os processos

de mediatização na esteira da teoria social, como pode ser visto acima, com as contribuições, apresentadas resumidamente, das obras de Edgar Morin e John B. Thompson.

Podemos, igualmente, acolher as sugestões de Nick Couldry, quando nos provoca a pensar os processos de mediatização na sua relação com teorias sociais (*ad extra*), e o autor destaca, em especial, as teorias elaboradas por Pierre Bourdieu e Norbert Elias. Ele articula esta aproximação mediatização – teoria social, colocando em relevo o déficit de cada lado e um eventual enriquecimento provocado pela aproximação e fricção entre elas.

Segundo Couldry, mesmo considerando que os processos de comunicação mudam os ambientes sociais e culturais, as relações dos participantes, seja no nível individual ou institucional, tais processos devem ser entendidos numa perspectiva complexa, não linear, não causal. Porém, com a utilização de noções como “lógica mediática”, adotada como uma nova “consciência coletiva”, termo cunhado por David Altheide e Snow a partir de 1979, a perspectiva de complexidade não linear parece perder força em favor de uma mídia ativa que vai expandindo sua lógica nos diferentes segmentos da sociedade. Segundo o autor, se o espaço social fosse visto como campos sociais, a relação mídia e os diferentes campos poderia ter uma análise realmente mais complexa, implicando outras lógicas além, é claro, da(s) lógica(s) mediática(s). Ele ainda questiona diante desta noção:

Todas as mídias têm uma lógica? É a mesma lógica e, se não, qual é o padrão comum que une suas lógicas em uma “lógica da mídia” global? Esse problema se torna mais agudo com a proliferação de mídia? Alternativamente, quando a mídia muda ao longo do tempo (como ocorre intensamente nos dias atuais), os novos meios adquirem uma lógica de mídia totalmente nova ou algo permanece constante? (COULDRY, 2014, p. 229).

A adoção do termo acima citado (lógica da mídia) gera instabilidade nas pesquisas de comunicação sobre os processos de mediatização, ao mesmo tempo que uma série de estudos de outras áreas afins provocam dúvidas acerca de certas afirmações engendradas por esta noção, sobretudo quando se tem como valor a pluralidade do mundo social, como é o caso dos estudos de Elias e Bourdieu (COULDRY, 2014). A aproximação entre os estudos de mediatização e a teoria social faz emergir, de maneira mais evidente, a relação não linear entre a mídia e o espaço social.

De outro lado, Couldry segue os passos de Friedrich Krotz no viés que insiste que a mediatização não é apenas um processo de transformação específico, localizado, mas sim um “metaprocesso” que está fundamentado na mudança da comunicação como prática básica de como as pessoas edificam o cotidiano, o mundo social. A tendência é colocar a mediatização no mesmo patamar da globalização, da individualização, da urbanização, fazendo os meios de comunicação cada vez mais relevantes, no longo prazo, com suas múltiplas lógicas, na construção social do cotidiano. No caso, a teoria dos campos sociais já atenta às diferentes lógicas dos campos específicos estaria, igualmente, atenta e enriquecida levando em conta estas múltiplas lógicas do metaprocessos em questão (ibid., 2014).

Enfim, todos os desafios e apontamentos de estudo (agenda) destacados ao longo deste artigo fazem com que retornemos ao colégio invisível comentado no início, pela razão de que os diferentes momentos do artigo fazem parte dos estudos e preocupações dos membros do CEPAD na Universidade Federal da Bahia. Os processos de mediatização são analisados e tensionados em direção à discussão em torno da teoria social, sendo colocados em relevo os aspectos da circulação e também das operações enunciativas na busca de uma articulação entre o macro e o microsocial que compõem as reflexões destes complexos processos em estudo.

Referências

- ATTALLAH, Paul. *Théories de la communication – histoire, contexte, pouvoir*. 2. ed. Sainte-Foy (Québec): Télé-université – Université du Québec, 1997.
- CALHOUN, Craig. Comunicação como Ciência Social (e mais). *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação (INTERCOM)*, São Paulo, v. 35, n. 1, p. 277-310, jan./jun. 2012.
- CALHOUN, Craig. O papel das Ciências Sociais em um mundo em mudança acelerada (entrevista), 12 de agosto de 2014, Disponível em: <http://agencia.fapesp.br/o_papel_das_ciencias_sociais_em_um_mundo_em_mudanca_acelerada/19583/>.
- COULDRY, Nick. Mediatization and the future of field theory. In: LUNDBY, Knut (org). *Mediatization of communication*. Berlin / Boston: De Gruyter Mouton, 2014. p. 227-245. (Handbooks of Communication Science, 11).
- ELIAS, Norbert. *O processo civilizador – uma história dos costumes* (volume 1). 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- ELIAS, Norbert. *O processo civilizador – formação do estado e civilização* (volume 2). Rio de Janeiro: Zahar, 1993a.
- ELIAS, N. *Engagement et distanciation*. Paris: Fayard, 1993.
- ELIAS, N. *Norbert Elias par lui-même*. Paris: Fayard, 1991.
- FERREIRA, G. M. Estudos de Comunicação: da enunciação à mediatização. *Texto* (UFRGS, online), v. 37, p. 101-117, 2016.
- FERREIRA, G. M. A técnica nos estudos da comunicação: sob a égide do determinismo e da negociação. *Diálogos Possíveis* (FSBA), Salvador, v. 5, n. 1, p. 15-29, 2006.
- GEERTZ, Clifford. *Interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978.

- GIDDENS, Anthony; TURNER, Jonathan. *Teoria social hoje*. São Paulo: Editora Unesp, 1999.
- HEINICH, Nathalie. *La sociologie de Norbert Elias*. Paris: Éditions La Découverte, 1997.
- LIVINGSTONE, Sonia; LUNT, Peter. Mediatization: An emerging paradigm of media and communication research? In: LUNDBY, Knut (org). *Mediatization of communication*. Berlin / Boston: De Gruyter Mouton, 2014. p. 703-723. (Handbooks of Communication Science, 11).
- MICELI, S. Norbert Elias e a questão da determinação. In: VV. AA. *Dossier Norbert Elias*. São Paulo: Edusp, 1999. p. 113-127.
- MORIN, Edgard. *Cultura de massas no século XX – o espírito do tempo I – neurose*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1977.
- MORIN, Edgard. *Cultura de massas no século XX – o espírito do tempo II – necrose*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1977a.
- MORIN, Edgard. Culture de masse. In: *Encyclopaedie Universalis* (online). Disponível em: <<http://www.universalis.fr/encyclopedie/culture-culture-de-masse/>>. Acesso em: 13 ago. 2016.
- MORIN, Edgard. A comunicação pelo meio (teoria complexa da comunicação). *Revista FAMECOS*, Porto Alegre, n. 20, p. 4-12, abr. 2003.
- RÜDIGER, F. *Comunicação e teoria social moderna – introdução aos fundamentos conceituais da publicística*. Porto Alegre: Fênix, 1995.
- THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade – uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.
- VERÓN, Eliseo. *Fragmentos de um tecido*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2004.
- VERÓN, Eliseo. *La semiosis social, 2: ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós, 2013.

- VERÓN, Eliseo. Le séjour et ses doubles: architectures du petit écran. *Temps Libre*, Paris, n. 11, p. 67-78, 1984.
- VERÓN, Eliseo. Esquema para el análisis de la mediación. *Diálogos*, Buenos Aires, n. 48, p. 9-16, out. 1997.
- VERÓN, Eliseo. Teoria da mediação: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. *Revista Matrizes*, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 13-19, jan./jun. 2014.

Genealogia dos meios e materialização das experiências mentais: perspectivas para pensar a midiatização

Genealogy of the media and the materialization of mental experiences: Perspectives on mediatization

Jairo Ferreira

Professor e pesquisador do PPGCC – Unisinos

Resumo: Neste capítulo, partindo das epistemologias da midiatização, desenvolvo a proposição de que a genealogia dos meios é uma das chaves para formular o conceito de midiatização. A hipótese central é de que os meios midiáticos são materializações das experiências mentais da espécie em artefatos semio-técnico-sociais disponíveis aos acessos, usos, práticas e apropriações no espaço público. Essa hipótese (convergente com VERÓN, 2014) coloca a midiatização como processo que está na origem da

diferenciação da espécie em relação à natureza. Referenciado parcialmente em Flichy (1995, 2004), situamos esse processo de inovação dos meios no quadro da circulação, entre imaginários e realizações. A mutação dos meios é, nessa hipótese, sugerida como uma referência para a análise das mutações culturais, econômicas e políticas. Concluímos com o foco nas mutações atuais dos meios em rede (indexação, interação e inteligência artificial).

Palavras-chave: Meios. Dispositivos. Midiatização. Experiência mental. Signos materiais.

Abstract: In this chapter, starting from the epistemologies of mediatization, I develop the proposition that the genealogy of the media is one of the keys to formulating the concept of mediatization. The central hypothesis is that media are materializations of the mental experiences of the human species in semiological/technical/social artifacts available to the accesses, uses, practices, and appropriations in the public space. This hypothesis (convergent with VERÓN, 2014) defines mediatization as a process that is at the origin of the human species' differentiation from nature. I situate this process of innovation of the media – partially referred to by Flichy (1995, 2004) – in the framework of circulation, between imaginaries and achievements, suggesting that the mutation of the media, in this hypothesis, is a reference for the analysis of cultural, economic, and political changes. I conclude by focusing on the current alterations of the network media (indexation, interaction, and artificial intelligence).

Keywords: Media. Dispositifs. Mediatization. Mental experience. Material signs.

1. Introdução

Começamos esse capítulo elencando questões e proposições sobre a midiatização, situando aí o lugar da

genealogia e lógica dos meios como campo de observação produtivo para a compreensão dos processos midiáticos.

Há muito tempo, estou convergindo com a proposta de que os meios são semio-técnico-sociais. Gosto dessa ordem das palavras. Não há nada mais primeiro, em termos da diferenciação da espécie, do que o semiológico. Mas, ao contrário de outras espécies, a humana desenvolve essa capacidade incomparável de materializar o que imagina semioticamente, desde as suas fontes inconscientes até suas operações cognitivas, em técnicas e tecnologias. O social é o atravessamento: do imaginário às realizações, passando pelas operações, só se realiza com a condição de ser potencialmente compartilhado, nos usos, práticas e apropriações – configurando dispositivos sociais agenciadores.

Este processo tem uma importância nos estudos de midiatização. Convergindo com Verón (2014), a midiatização é, antes de tudo, a materialização em meios da experiência mental. Caracteriza, portanto, a gênese antropológica da espécie. O fato de que o amadurecimento reflexivo (epistemológico) da espécie só tenha tomado consciência dessa relação no contemporâneo, a partir das realizações em meios como o livro, jornal, rádio, televisão e nas redes, só evidencia uma máxima de Marx: **a anatomia do homem é a chave da anatomia do macaco**. Em outras palavras, é contemporânea a reflexão sobre os meios de interação e de comunicação.

Por esse fio reflexivo, nossa inferência é de que esse é um processo de circulação entre o imaginário e o real a ser observado. Os meios materiais têm a sua gênese em nossa experiência mental. Inclusive a tecnologia, que é, antes de tudo, o que está no imaginário. Sua materialização só ocorre com esse requisito. Sua realização em termos de uso depende das operações que a fundam e propiciam, e do compartilhamento de imaginários sociais que caracterizam a sua gênese. Aqui, o processo pode ser

disruptivo, regulatório e adjunto a novas inteligibilidades sociais, acionado por matrizes que podem ser marcadas pelas relações entre a tecnologia, a semiose e o social.

O “segundo campo de observação” da circulação é a realização social de outro tipo: aquela desenhada pelos acessos, usos, práticas e apropriações tentativas por parte de atores e coletivos organizados. Este segundo momento importante remete a uma observação produtiva para inferências sobre os processos de midiaticização atuais: como atores acessam, usam, praticam e tentam se apropriar dos meios, de forma individual e/ou coletiva, os configuram como redes sociais? As redes sociais são anteriores aos meios semio-técnico-sociais digitais em rede. A conexão global dos meios é contemporânea. Já a construção de redes sociais nos acompanha desde sempre, enquanto vida biológica.

Essas redes semio-técnico-sociais se constituem em outro campo de observação das investigações sobre a midiaticização e processos sociais, que pode ser direcionado à seguinte questão: como atores, instituições e meios em interação constroem um acontecimento midiático em seus cotidianos, onde imaginários, indícios e interpretações são concorrentes, num circuito de interações, num fluxo indeterminado, incerto? Esse fluxo é um processo que pode ser analisado enquanto circulação de meios – tecnológicos, semióticos e sociais. Esses processos, muitas vezes micro, se inscrevem ou não na agenda/tema social (que abordamos a seguir) e explicitam, em materialidades, representações e posicionamentos de atores e instituições sobre a história em curso, em suas infinitas situações interacionais. São centrais, muitas vezes, para deslocar a agenda e temas no espaço público.

Nem sempre, intencional ou não, essa construção de temas no cotidiano irrompe na cena pública, com força suficiente para produzir desequilíbrios diversos nas interações entre atores e instituições outras. Mas há momen-

tos em que essa construção ocupa um período histórico, o que nos convida a identificar outro campo de observação produtivo nas investigações empíricas a partir da mediação: como a sociedade constrói os seus temas sociais (exemplo: corrupção; conhecimento; racismo; feminismo; etc.) nas interações entre atores, instituições e meios?

Essa força (poder) de tematização e agendamento dos meios, que também não é contemporânea, é acompanhada na história pelas apropriações dos meios por instituições e por coletivos que se candidatam a instituições. Pode-se, inclusive, inverter: a instituição é um ponto de inflexão que só se realiza quando se apropria dos meios na sua própria constituição, diferenciando-os com operações que ultrapassam a sua gênese representativa de movimentos. Exemplificamos: a instituição jurídica se desenvolve, na história, quando a norma passa a ser objeto de discursos resultantes de operações especializadas e diferenciadas em relação a outros discursos normativos observados nas interações sociais.

Esse processo é infundável, visando à reprodução dos lugares institucionais, simples ou ampliada, a subversão de poderes instituídos, etc. (veja-se, como exemplo, o processo em que as igrejas neopentecostais se apropriaram dos meios para ocupar um espaço-poder institucionalizado no campo religioso). Aqui, a questão pode ser enunciada assim: como atores e instituições agenciam os meios como forma de contato com seus públicos, construindo circuitos de interação como forma de mediar posicionamentos de celebridades, fãs, agendas e novos lugares de especialistas (religiosos, gamers, canais, etc.) – buscando a construção de um espaço-instituição, como força (poder) nas interações com o espaço público e o espaço privado?

Na especificidade aberta por Verón, a mediação é investigada como processo que constrói esquemas, operações e sistemas sobre processos de produção, recepção e circulação, que se situam nos nós das redes sociais, que

acionam novos sentidos emocionais, novas realidades mostradas, novas interpretações – abrindo-se a partir disso fortes fluxos de interações e novas emoções, realidades e interpretações. A importância dessa perspectiva é o deslocamento do objeto de investigação: dos conteúdos e representações para as operações, esquemas e sistemas autopoieticos. É nesse enfoque que se coloca a questão da midiatização como processo de reconhecimento na perspectiva comunicacional, em tensão e interface com o social, psicológico, antropológico; de luta pelo bem-estar, pela liberdade e expressão estética; de luta pelas classificações: LGBTs; obesidade; doenças; velhice; etc.).

Além desses campos de observação acentuadamente empíricos, a midiatização pode ser estudada como ambientes e ambiências (GOMES, 2016). Essa perspectiva é mais inferencial, especulativa, de construção de hipóteses que relacionam os processos midiáticos a configurações da cultura, economia e política. Essas hipóteses também são construídas por outras linhagens de pesquisa no campo da comunicação (perspectivas administrativas e epistemologias críticas) e nas ciências sociais e da linguagem. Exemplo: parece-nos muito produtivo pensar as grandes transições do século passado para esse século (Estado-nação, sociedade de consumo, individualismo conectado, bolhas de interações, etc.) em suas relações com os processos midiáticos, lidos pelas epistemologias da midiatização.

2. Meios e dispositivos

Nessa seção, retomo a questão dos meios, considerando a importância de considerar a genealogia dos meios para se pensar a midiatização e as epistemologias críticas. Começamos com três perguntas simples: mas o que é um meio? Qual a relação entre meios e dispositivo? Quando o meio e o dispositivo são midiáticos?

O processo hoje incessante do ciclo de inovação dos meios, como afirmamos, remete à circulação entre os imaginários sociais presentes nas experiências mentais e suas operacionalizações e materializações. Há uma questão a resolver aqui: todos os meios materiais remetem à midiatização? Nossa perspectiva em elaboração sugere que não:

- a) somente os meios agenciadores de interações no espaço de visibilidade pública remetem à midiatização. Essa inserção não é fixa, considerando-se cada meio.
- b) é necessário ponderar a ubiquidade: os meios são midiáticos quando diferidos, no tempo e no espaço. Também aqui não há um desenho fixo, mas parece claro que a mobilidade dos signos materiais, técnicos e tecnológicos, no tempo e espaço, é acelerada pelas representações, construídas conforme esquemas, operações e sistemas especialistas.
- c) Inversamente, os meios semio-técnico-sociais de ocupação de territórios não são midiáticos (embora sejam meios de comunicação: uma casa, um carro, um vestuário, etc.).

O trânsito do que é território (c) para o que é ubíquo passa pela representação e pelos sistemas especialistas que operam (através de esquemas e operações) sobre essas representações, na forma de signos, linguagens e discursos. É essa forma estruturada (poder simbólico potencial) que os transforma em meios midiáticos, com potencial acesso e usos sociais no espaço de visibilidade pública.

A formulação é de que meios materiais são semio-técnico-sociais. Isso significa que não se trata apenas de técnicas e tecnologias materiais, mas também de signos materiais e simbólicas sociais atualizadas em mitos e ritos em torno do valor dos objetos mediadores das interações. Usar o Twitter, por exemplo, não se refere somente ao uso de tecnologias, mas, ao mesmo tempo, de forma indissociável, das linguagens e rituais sociais concernidos. A se-

paração da técnica e da tecnologia na esfera desses usos e interações é, nesse sentido, uma das mais fortes ideologias contemporâneas, que se manifesta nas estratégias de “usos das tecnologias como meio de comunicação”.

Mesmo considerando os meios nessa perspectiva triádica, concordamos com a proposição de que não há linearidade e determinação entre meios e usos. Os usos são um campo de possibilidades e de impossibilidades.

O trânsito dos acessos e usos às práticas e apropriações é também o movimento dos meios a um lugar de dispositivos. Nesse sentido, o conceito de dispositivos semio-técnico-sociais se refere aos meios consolidados nas práticas e apropriações sociais. Muitos ficam no meio do caminho, como afirmamos. Outros são incorporados às práticas e apropriações, e, depois, abandonados (o caso dos orelhões, que tiveram seus usos sucateados com o advento dos celulares). Por que alguns meios se consolidam em termos de práticas sociais e outros não? Essa questão, em nossa percepção, é relativa ao ciclo da inovação. As respostas não se referem às funcionalidades e operações potenciais, mas especialmente ao ciclo dos imaginários e realizações. Mas isso teria que ser pesquisado para configurar uma boa hipótese.

Nesse processo, há um detalhe que é a transição das práticas para as apropriações. Há, aqui também, um *dégradé*. As apropriações que consideramos de maior intensidade são aquelas que se realizam em sistemas de produção especialistas. As redes, por exemplo, vêm sendo apropriadas por vários sistemas especialistas (o que se manifesta na forma de marcas: Facebook, Instagram, etc.). Mas há outras apropriações de menor intensidade, intermediária, que usam os sistemas especialistas e suas marcas para customizar usos específicos a outras marcas (a página no Face a serviço de outra marca, por exemplo). Numa perspectiva da discussão clássica, são esses sistemas especialistas nominados como marcas que constituem os novos dispo-

sitivos, superando (integrando, negando e renovando) os dispositivos hegemônicos no século passado (impresso, rádio, cinema e televisão). O dispositivo, quando nominado, candidata-se a instituição midiática e passa a ocupar um lugar especial nas relações entre outras instituições, atores e usos dos dispositivos disponíveis, inclusive porque possibilitam a diferenciação dos acessos, usos, práticas e apropriações potenciais, especificando os dispositivos disponíveis. Nesse sentido, consideramos que há um dispositivo quando ocorre uma matriz consolidada, historicamente, de usos sociais dos meios, configuradora de práticas sociais, que ultrapassa lugares institucionais e de atores, especificamente midiáticos ou não. Isso é, o dispositivo não é o formulário disponível: deve ser habitado por atores e instituições para que, em usos e práticas, exista. Quando isso ocorre, é nominado, ganhando assim uma demarcação antropológica.

3. A defasagem entre a genealogia dos meios e epistemologias críticas

Se concordamos com a hipótese de que a mediação é a materialização da experiência mental da espécie, passando pelos processos sociais de acessos, usos, práticas e apropriações, configurando dispositivos agenciadores dessas práticas – num processo circular e de circulação entre meios e práticas sociais –, diferenciados conforme posições de atores e instituições, há uma questão a resolver: por que os estudos de mediação são contemporâneos aos meios modernos? O que nesses meios é específico em relação à longa história dos meios? Uma resposta possível, a investigar, é a institucionalização dos sistemas especialistas, constituindo-se marcas que passam a designar as matrizes midiáticas construídas socialmente (nomes de editoriais, jornais, rádios, televisão, etc.).

Como sugerimos, as matrizes midiáticas não andam sem a curadoria de indivíduos, atores e instituições – que imprimem a essas matrizes linhas editoriais espe-

cíficas. Nesse sentido, o estudo dos meios e dispositivos requer não só análise dos esquemas, operações e sistemas especialistas que os configuram, mas também dos atores e instituições que os direcionam editorialmente, em interação com os acessos, usos, práticas e apropriações, realizadas ou tentativas, por parte de outros indivíduos, atores e instituições situados nas posições de consumo, de usuários e, também, novamente de produtores. É um estudo complexo, que deve ser configurado em pesquisas empíricas especificadas em casos. As proposições a seguir estão longe desse lugar de pesquisas empíricas. São aforismas preliminares, fragmentados entre si, com potencial investigativo, mas ainda lacunar.

A primeira matriz especialista moderna é o impresso, que se autonomiza e se institucionaliza como marca específica, num processo de produção agenciado por operações e sistemas especialistas (máquinas industriais, manufaturas e artesanato em operações articuladas). Refere-se ao livro moderno, ao almanaque, ao jornal e ao filme, e seus editores, equipes de produção, de distribuição, formas de acesso através da compra, etc. Em termos de epistemologias críticas, esse período corresponde à crítica ideológica, da análise do discurso sugerida por Marx na *Ideologia alemã* até o conceito de intelectual orgânico, em Gramsci. Foi, de certa forma, uma época de ouro do pensamento crítico, que também se colocou como editor. Não por acaso, foi o período histórico das revoluções socialistas. A análise de conteúdo, dita análise do discurso por alguns, foi uma solução administrativa tardia para essa matriz de meios e dispositivos – que caracterizamos como meios de conteúdo. No cerne das disputas, a construção do Estado-Nação.

A segunda grande matriz de meios e dispositivos se refere à programação, que caracterizamos, preliminarmente, em torno de alguns eixos: os conteúdos consolidados como mercadorias são oferecidos “gratuitamente” – financiados que são na esfera da produção, pela publicidade –

em oposição ao lugar de mercadorias dos meios anteriores; a possibilidade de acesso passa a ser contínua, *full-time*, inaugurando a conexão *just-in-time*, mesmo que de forma subordinada à programação. Esses novos meios, cujos conteúdos ultrapassam a linguagem escrita do livro, jornal e almanaque, agregam a dimensão da voz à semiose dos meios (a linguagem, agora, passa a ser áudio-scripto-visual). As formas de contato se ampliam, ocupando as porosidades da cultura, onde a escrita não chegava, não só em decorrência do analfabetismo do código, mas também por dificuldades inferenciais da cultura em relação aos meios codificados. Foi o período de ascensão do nazismo (que modernizou e estimulou o uso dessa matriz na esfera da política) e do surgimento das teorias administrativas (que paradoxalmente retornam à análise de conteúdo, como centro de uma analítica que se pretende análise do discurso sem preocupações ideológicas). As teorias críticas acompanharam esse processo, com um certo vigor, em suas diversas versões. O apogeu da crítica a esse momento, parece-nos, é o conceito de sociedade do espetáculo. É o trânsito da disputa do Estado-Nação para a Sociedade de Consumo, que chega até o final do século passado. Se é verdade que esta crítica não “derrubou” o capitalismo, criou correlações de forças suficientes para fazê-lo diferente, abrindo a diversidade correlata aos movimentos culturais em curso, articulados com o investimento epistemológico e investigações dos estudos culturais (críticos), mais em diálogo com os processos civilizatórios.

Na virada do século e nestes 20 anos do milênio, as matrizes estão em mutação permanente: a indexação dos conteúdos (a biblioteca; o Google; Netflix); os espaços de conversação-interações (Face, Instagram, WhatsApp, etc.); o agenciamento das interações (Big Data). Essas mudanças são antes de tudo práticas. A inferência quase descritiva é de que as novas matrizes – que integram a produção de conteúdos e agenciam a produção conforme os tempos e grades do consumo – já chegaram ao estágio dos

dispositivos (na medida em que apropriadas, marcadas, e definidoras das práticas em tempos e espaços diferidos). Como práticas, ascendem a novas formas de construção de uma nova simbólica, incluindo novas formas de construir a sociabilidade na esfera da política. A velocidade das mutações é tão célere que as análises e críticas aos processos midiáticos contemporâneos ficam sempre em passos de tartaruga perante o que é mutante. Nesse sentido, a crise de referências civilizatórias – ligada por vários pensadores sociais aos novos meios – não decorre, em nossa percepção, das matrizes de meios e dispositivos em curso, mas, como antes, das defasagens entre as abordagens críticas e as práticas sociais disciplinadas pelos dispositivos agenciadores de hegemonias crescentes. Nessas hegemonias, acentuamos os processos nominados como individualismo conectado, as bolhas e o pastoreio em redes.

4. As três mutações dos meios em redes

Se considerarmos que o processo histórico é de inovação, numa circulação entre imaginários e realizações, das materialidades aos usos, dos usos às práticas, das práticas aos dispositivos, e que cada dispositivo inovado retroage sobre as lógicas anteriores, assim como muitos dos dispositivos herdados são conservados, podemos inferir a complexificação crescente das relações sociais, na perspectiva da midiatização. Nesse contexto, a reflexão sobre os meios em redes só pode ser uma abstração. A partir dessa seção, queremos refletir nessa perspectiva, de abstração do contexto complexo, como uma operação cognitiva que nos permita identificar, na complexidade do ambiente midiático, algumas linhas de força específicas que se referem ao momento atual.

O trânsito propiciado pelos meios de indexação em redes é o primeiro dos grandes momentos das mutações dos meios na virada deste século. A indexação se refere

a conteúdos e programações. Nesse sentido, propiciou um novo universo de acesso potencial, jamais vivido anteriormente, no tempo e espaço dos meios de conteúdo e programação. Os indivíduos, atores e instituições incorporam, no uso de uma diversidade de sistemas de buscas, rotinas, esquemas e operações às suas práticas cotidianas, no mundo do trabalho, privado, de entretenimento, saúde, educação, etc. Essas práticas são diversificadas conforme os objetos procurados, em uma temporalidade e espacialidade que revolucionam os processos de interação social, colocando em xeque formatos anteriores de meios e práticas correlatas, o que significa a suspensão da validade de muitos dispositivos antes agenciadores das relações sociais. O processo de indexação continua, em velocidade acelerada, inclusive porque novos conteúdos e programações, antes disponíveis em outros meios, são ofertados nas redes, e os sistemas especialistas indexadores são cada vez mais potentes.

A biblioteca é planetária, mas as mutações vão além desse imaginário de sermos uma aldeia global em termos de acessos aos signos-objetos herdados e contemporâneos. Essas mutações vão responder a outra grande expectativa: as interações, que situamos como a segunda grande mutação dos meios em rede. Esse imaginário demanda não são as interações com os objetos disponíveis, mas também com os indivíduos que os acessam, inclusive em suas posições-máscaras de atores sociais, localizados ou não em instituições de pertencimento. Esse imaginário – de transações desejantes com outros indivíduos – se realiza nos meios de interação. Essa mutação nos meios em rede vai do e-mail aos meios-marcados como o Facebook, o Instagram, o WhatsApp. Com essa inovação, completa-se um faneron midiático, onde temos os objetos e as interações, entre nós e com os objetos, de forma globalizante.

A economia desse processo é perversa e pode ser resumida em algumas linhas de força: a) o individualis-

mo conectado, um formato que ultrapassa a sociedade de consumo; b) processos disruptivos em contradição com as formas sociais de inteligibilidades e regulações; c) as regulações na forma de meios de inteligência artificial; d) apropriação da dádiva da participação pelos sistemas de capitalização cultural, econômica e política.

No escopo deste capítulo, queremos destacar as relações entre os três primeiros itens anteriores. O individualismo conectado gera um novo processo social em que a distinção não tem como objeto a busca da notoriedade num campo social estruturado de forma institucional, mas em circuitos de interação em que participam outros indivíduos pertencentes a diversos campos e instituições. Essa “luta pelo reconhecimento”, sendo individualizada, é diversa daquela “travada” nos campos sociais estruturados – onde operações e regulações do sistema estabelecem, no âmbito dos conflitos dos campos, os sistemas de classificações. A luta pela preservação da autoridade dentro de um campo social está em tensão com os conflitos que se configuram na busca da chancela de tipo especificamente midiático.

Um novo ator emerge aí. O ator dos campos sociais estruturados (bem observados no século passado por Bourdieu) tem seu *habitus* definido nas interações do próprio campo de pertencimento. Esquemas e operações devem convergir com o autofortalecimento do campo. Esse ator se “liberta” desses constrangimentos, para operar em outro espaço, onde os esquemas e operações do campo de pertencimento são residuais perante os esquemas e operações que mobiliza, já dentro de uma nova formação discursiva, que possui outros esquemas e operações como referência. Aqui ganha relevância o conceito de dispositivos interacionais e de circuitos (BRAGA, 2011; 2012).

Alguns autores, com muita pertinência, acentuam as contradições que emergem aí, em especial entre esse lugar de ator e o lugar de indivíduo (CARDON, 2015). De

um lado, o ator, operando sobre representações, através de esquemas e operações que se manifestam em performances. De outro, o indivíduo, desconhecido, cujos indícios de existência nem sempre são evidenciados ou vazados. Essas contradições são um dos objetos centrais de um processo atual: a descoberta do indivíduo que esteja nos subterrâneos do ator é foco de fortes interações, disruptivas, em rede. Essa contradição se manifesta, em geral, nas relações entre desejos e comportamentos, compreendendo o desejo como todo impulso em direção ao uso e apropriação de qualquer signo-objeto, e o comportamento como esquemas e operações manifestas como gestos de reconhecimento compatíveis nas interações sociais, em que o impulso está regulado pela moral, pela ética e pela estética manifesta (indo do direcionamento bárbaro ao civilizatório, em várias tonalidades).

5. Os robôs

A terceira grande mutação são os sistemas especialistas forjados em máquinas de inteligência artificial como meio de agenciamento da indexação e das interações. O agenciamento da indexação e das interações deriva não dos meios em algoritmo em si, mas da construção de sistemas especialistas de segmentação e fragmentação da aldeia global em diversos tipos de afinidades, que articulam signos-objetos desejados e indivíduos desejan-tes, conforme seus perfis materializados na forma-ator. Nova forma de pastoreio, essas tecnologias do eu (Foucault) distribuem a sociedade em tribos de acesso, consumo, usos, práticas e apropriações subordinadas.

Os robôs não são atuais. Estes se constituem num dos maiores imaginários, uma espécie de utopia da técnica e da tecnologia, da espécie. A cibernética é um momento epistemológico importante, na modernidade, de realização deste imaginário. A inteligência artificial espe-

cifica esse imaginário em linguagens de sistemas e algoritmos. Os robôs já estão, há algumas décadas, incorporados à produção de signos-objetos materiais (gestão de coisas de consumo direto, industrial, capital financeiro, etc.). O projeto já se desdobra, há mais de meio século, em operacionalizações direcionadas ao conhecimento (sistemas especialistas de saúde, educação, etc.). Em sua gênese, o problema das interações e linguagem já se colocava como parte do sistema. O que é novo, neste século, é o acoplamento dessas máquinas à gestão das interações e indexações em rede.

Regulam-se assim, em parte, os processos disruptivos, restringindo-se a inteligibilidade a bolsões de sentido, que não são mais os definidos pelas matrizes de meios de conteúdo e de programação hegemônicos no século passado. Coloca-se aí uma questão: é possível retornarmos a uma matriz com determinante imaginado (a indústria cultural, por exemplo), ao monopólio da fala que possibilita hegemonias, ou a própria diversidade dos sistemas especialistas robóticos tende a gerar a incerteza e indeterminação como marca dos processos contemporâneos e futuros? Estamos em crise de hegemonia dos meios de conteúdo (livro, jornal e audiovisual) e programação (rádio, televisão) correlatas? Estamos apenas em uma transição a novos equilíbrios discursivos (portanto, em um processo adaptativo) ou a defasagem entre disrupção e regulação tende a ser uma constante da cultura midiática?

É verdade que a presença ascendente da inteligência artificial como agenciamento dos sistemas especialistas coloca a possibilidade de novas hegemonias, na medida em que direciona as interações de atores e instituições a determinadas “soluções discursivas”. Mas é verdade também que há uma fragilização dos códigos compartilhados, na medida em que aqueles construídos pela “cultura de massa” reúnem desejos e comportamentos em torno de alguns valores, normas e discursos (mesmo que esses te-

nam sido desconstruídos pela crítica). Enfim, o processo atual indica a importância de observar a possibilidade de que as bolhas de sentido, homofilias, incivildades e intolerâncias entre os agrupamentos sociossemióticos distintos gerem, em torno de valores de alteridade, processualidades interacionais e comunicacionais inovadoras, novos valores de alteridade. Paradoxalmente, a consolidação dos meios ocorre como força simbólica que manifesta as práticas compartilhadas de acessos, usos e práticas em torno dos meios – consolidando-os não só como processo midiático, mas também comunicacional.

Referências

- BRAGA, José Luiz. Dispositivos interacionais. In: XX ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2011, Porto Alegre. *Anais do Encontro Anual da Compós*. Brasília: Compós, 2011. v. 1, p. 1-15.
- BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais. In: MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda (org.). *Mediação & Mídiação*. Salvador/Brasília: EDUFBA/COMPÓS, 2012. p. 31-52.
- CARDON, D. *À quoi rêvent les algorithmes?* Paris: Seuil, 2015.
- FLICHY P. *L'innovation technique: Récents développements en sciences sociales: Vers une nouvelle théorie de l'innovation*, Paris: Editions La Découverte, 1995.
- FLICHY, P. L. Individualisme connecté entre la technique numérique et la société. *Revue Réseaux*, Paris: Hermès Lavoisier, n. 124, p. 17-51, 2004.
- GOMES, P. G. Mídiação: um conceito, múltiplas vozes. *Revista FAMECOS (Online)*, v. 23, n. 2, p. 3-20, 2016.
- MARX, K. *Manuscritos econômico-filosóficos e outros textos escolhidos*. São Paulo: Abril Cultural, 1978. (Coleção Os pensadores).

- MARX, K. *O capital – crítica da economia política*. Volume I, Livro Primeiro: O processo de produção do capital. São Paulo: Abril Cultural, 1983. (Coleção Os pensadores).
- VERÓN, E. Esquema para el análisis de la mediatización. *Diálogos de la Comunicación*, Lima, n. 48, p. 9-17, 1997.
- VERÓN, Eliseo. Teoria da mediação: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. *Revista MATRIZES*, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 13-19, jan./jun. 2014.

AUTORES

Ana Paula da Rosa (UNISINOS) – Pesquisadora na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), onde atua no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação na linha de pesquisa Midiatização e Processos Sociais. Pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação na linha de pesquisa Midiatização e Processos Sociais. Possui graduação em Jornalismo pela Universidade de Passo Fundo (2001), mestrado em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (2007) e doutorado em Ciências da Comunicação na linha de pesquisa Midiatização e Processos Sociais na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Jornalismo, atuando principalmente nos seguintes temas: midiatização, circulação de imagens, crise da visibilidade, imaginário e fotojornalismo. É membro dos Grupos de Pesquisa Estudos em Comunicação Organizacional da UTFPR e vice-líder do grupo Epistemologia da Comunicação da UNISINOS.

Antônio Fausto Neto (UNISINOS) – Professor Titular do PPGCC-Unisinos. Graduado em Jornalismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora (1972), mestre em Comunicação pela Universidade de Brasília (1977), doutor em Sciences de la Communication et de L'information – École des Hautes Études en Sciences Sociales, França (1982) e estudos de pós-doutorado na UFRJ (RJ) (1990). Pesquisador 1A do CNPq; membro do Comitê Científico do CNPq (área de comunicação); Consultor ad hoc: CAPES, CNPq, Fundação Carlos Chagas. Professor Colaborador do Mestrado Profissional em Jornalismo da UFPB Campus João Pessoa. Presidente do Centro Internacional de Semiótica e Comunicação (CISECO). Cofundador da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação –

Compós. Autor de diversos livros, entre eles: “O impeachment da televisão” (1995); “Desconstruindo os sentidos” (2001); “Lula Presidente – Televisão e política na campanha eleitoral” (2003); “O mundo das mídias” (2004), entre outros.

Bernard Miège (Université Stendhal Grenoble III) – Professor emérito de Ciências da Informação e Comunicação da Universidade Stendhal Grenoble III. É formado na Universidade de Paris em Economia e Estudos Políticos. Autor de 16 livros, entre eles: “O pensamento comunicacional” (Petrópolis: Vozes, 2000) e “A sociedade tecida pela comunicação: técnicas da informação e da comunicação entre inovação e enraizamento social” (São Paulo: Paulus, 2009), que foram traduzidos para o português. Também publicou artigos, entre eles: “De retour à Compiègne” (2008); “France: l’incomplétude des relations entre journalisme et université” (2006); “L’ingénierie éducative d’un point de vue communicationnel” (2004); “Les TICs: un champ marqué par la complexité et un entrelacs d’enjeux” (2002). Atua nas seguintes áreas: industrialização da cultura, informação e comunicação, mutações do espaço público e epistemologia da informação-comunicação.

Daniel Peraya (Université de Genève) – Professor emérito da Universidade de Genebra, vinculado à TECFA, Faculté de Psychologie et des Sciences de l’Éducation, Université de Genève (Suisse). E-mail: daniel.peraya@unige.ch. Doutor em Comunicação pela Université Catholique de Louvain, pós-graduado em Ciências Linguísticas pela Faculté de Psychopédagogie, Université de l’État. Ingressou na Universidade de Genebra, em 1986, depois de lecionar na École Normale Supérieure, da Universidade de Dakar (1975-1983), onde implementou o centro educacional de audiovisual. Juntou-se à TECFA, unidade de psicologia educacional da Faculdade de Tecnologia e Ciências da Educação desde a sua criação, em 1990. Atua princi-

palmente nos seguintes temas: comunicação, tecnologias educacionais e dispositivos. É membro do conselho editorial da revista *Distances et médiations des savoirs*.

Giovandro Marcus Ferreira (UFBA). Professor associado da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, na qual integra o corpo docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas e coordena o Centro de Estudo e Pesquisa em Análise do Discurso e Mídia (CEPAD) e o Centro de Estudo em Comunicação, Democracia e Cidadania (CCDC). Fez o doutorado e mestrado em Ciências da Informação: Medias, no Institut Français de Presse et Communication (Université Paris 2 – Panthéon-Assas), graduou-se em Comunicação Social (Jornalismo) na Universidade Federal do Espírito Santo e em Filosofia na Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Teorias da Comunicação, Teorias do Jornalismo e Análise do Discurso, atuando principalmente nos seguintes temas: história dos paradigmas da comunicação, história dos paradigmas do jornalismo e discurso e mídia. Pesquisador com Bolsa Produtividade do CNPq.

Jairo Ferreira (UNISINOS) – Professor Titular I do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da UNISINOS. Pós-doutor em Comunicação pela UNR (Argentina). Formado em Jornalismo (UFRGS, 1982) e Ciências Econômicas (UFRGS, 1992), mestre em Sociologia (UFRGS, 1997) e doutor em Informática na Educação (UFRGS, 2002), com sanduíche nos Arquivos Jean Piaget e na Unidade de Tecnologias Educacionais da School of Psychology and Education, University of Geneva (2000). Coordenou a criação e é editor de *Questões Transversais – Revista de Epistemologias da Comunicação*. Publicou cerca de 70 artigos e livros no Brasil e no exterior. Atua principalmente nos seguintes temas: epistemologia, midiaticização, dispositivos, campos das mídias e circulação.

José Luiz Braga (UNISINOS) – Professor Titular e pesquisador no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UNISINOS (RS) desde 1999, tendo coordenado o Programa de 2002 a 2004. É Pesquisador 1A do CNPq. Doutor em Comunicação pela Université de Paris II, Institut Français de Presse (1984). Mestre em Educação pela Florida State University. Foi Presidente da COMPÓS (Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação) na gestão 1993-95. É autor de “A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática” (São Paulo: Paulus, 2006) e de diversos livros e artigos acadêmicos na área da Comunicação. Atua principalmente nas seguintes áreas de interesse: métodos de pesquisa em comunicação; crítica midiática; midiaticização.

Lucrécia D’Alessio Ferrara (PUCSP) – Professora Titular junto ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da Universidade Católica de São Paulo. Possui graduação em Letras Neolatinas pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (1959), doutorado em Literatura Brasileira pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (1964), professora livre-docente pela Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP. É Professora Titular emérita da PUC-SP e Professora Titular aposentada da USP (Faculdade de Arquitetura e Urbanismo). É líder do Grupo de Pesquisa Espaço-Visualidade/Comunicação-Cultura (ESPACC) certificado pela Comissão de Pesquisa da PUC-SP e pelo Diretório dos Grupos de Pesquisa Nacionais. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Teoria da Comunicação, atuando principalmente nos seguintes temas: epistemologia da comunicação, cultura, semiótica, arquitetura e design.

Luís Mauro Sá Martino (Cáspes Líbero). – Professor do PPG em Comunicação da Cáspes Líbero. Editor da *Revista Líbero*. Graduado em Comunicação pela Faculdade Cáspes Líbero (1998), com mestrado (2001) e doutorado (2004)

em Ciências Sociais pela PUC-SP. Pós-doutorado na School of Political, Social and International Studies na University of East Anglia, na Inglaterra (2008-2009). Foi Coordenador do GT Epistemologia da Comunicação, da Compós (2015-2016). Autor dos livros: “Teoria das mídias digitais” (Vozes, 2014); “Mídia, religião e sociedade” (Paulus, 2016); “The Mediatization of Religion” (Routledge, 2013); “Teoria da comunicação” (Vozes, 2009); “Comunicação e identidade” (Paulus, 2010); “*O habitus* na comunicação” (Paulus, 2003). Suas pesquisas estão direcionadas, de um lado, para estudos sobre Teoria e Epistemologia da Comunicação e, de outro, à compreensão das relações entre Mídia, Política e Religião.

Mario Carlón (Universidad de Buenos Aires) – Professor Adjunto de Semiótica dos Gêneros Contemporâneos na Carreira de Ciências da Comunicação da Faculdade de Ciências Sociais. Doutor em Ciências Sociais pela Universidade de Buenos Aires e Licenciado em História da Arte pela Faculdade de Belas Artes da Universidade Nacional de La Plata. Investigador do Instituto Gino Germani, onde dirige atualmente o Projeto Ubacyt “Midiatizações da política e da arte. Entre os velhos e os novos meios”. É autor de diversas obras, entre elas: “Colabor_arte. Medios y arte en la era de la producción colaborativa” (2012), junto com Carlos Scolari; “Las políticas de los internautas” (2012), junto com Antônio Fausto Neto; “El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate” (2009), junto com Carlos Scolari; “De lo cinematográfico a lo televisivo: Metatelevisión, lenguajes y temporalidad” (2006).

Muniz Sodré (UFRJ). – Professor Emérito da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Possui graduação em Direito pela Universidade Federal da Bahia (1964), mestrado em Sociologia da Informação e Comunicação – Université de Paris IV (Paris-Sorbonne) (1967) e doutorado em Letras (Ciência da Literatura) pela Universidade Federal do

Rio de Janeiro (1978) e é Livre-Docente em Comunicação pela UFRJ. Atualmente é Professor Emérito da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Foi Presidente da Fundação Biblioteca Nacional de 2005 a 2011, órgão vinculado ao Ministério da Cultura. Possui cerca de 30 livros publicados nas áreas de Comunicação e Cultura.

Oscar Traversa (IUNA) – Doutor em Artes pela UBA (1996), com tese intitulada “Figuraciones del cuerpo en la prensa argentina 1900-1940”. Foi diretor do Instituto de Investigación y Experimentación en Arte y Crítica (II-EAC) do Instituto Universitário Nacional del Arte (IUNA). Publicou diversos artigos e livros, entre eles: “Web y alimentación: acerca de la publicidad destinada a los niños” (2012); “Observaciones acerca del tratamiento de las nuevas discursividades en la Web” (2011); “Comentarios acerca de la aparición de La Presse” (2011); “Acerca de una experiencia de cambio en los procesos de enseñanza: el caso de Pantallas Críticas” (2010). Suas áreas de pesquisa e trabalho são: semiótica, comunicação social, estética e discursividade social.

Pedro Gilberto Gomes (Unisinós) – Professor titular da Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Possui graduação em Filosofia pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (1973), especialidade em Teologia pela Pontifícia Universidad Católica de Santiago, mestrado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (1987) e doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (1991). Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Jornalismo e Editoração, atuando principalmente nos seguintes temas: comunicação, comunicação cristã, comunicação, cultura e mídia. Membro do Conselho de Ciência, Tecnologia e Inovação do Rio Grande do Sul, Membro do Conselho Superior da CIENTEC do Rio Grande do Sul e Membro do Conselho Superior do CETA/SENAI e do CNTL/CETA/SENAI. Membro

do Conselho Superior da FAPERGS (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul). Exerce o cargo de Pró-Reitor Acadêmico da UNISINOS e é Diretor da Editora da mesma Universidade.

Stefan Bratosin (Université Paul Valéry Montpellier)

– Professor da Université Paul Valéry Montpellier (França). Tem experiência na área de Sociologia, com ênfase em Sociologia da Comunicação e Tecnologias da Informação. Atua principalmente nos seguintes temas: mídia e religião, esfera pública, instituições religiosas, epistemologia e ateísmo. É associado ao grupo de pesquisadores do Institute for Advanced Religious Studies and Communications Internetworking (IARSIC), que tem como objetivo facilitar estudos interdisciplinares em teologia, filosofia e comunicação no contexto de mudanças culturais da humanidade. É editor da revista *Essachess – Journal for Communication Studies*.

Stig Hjarvard (University of Copenhagen).

– Professor PhD no Departamento de Mídia, Cognição e Comunicação da Universidade de Copenhague. Coordenou diferentes projetos de pesquisa, entre eles: *The Mediatization of Culture: The Challenge of New Media* (2011-2014); *Newspapers and Journalism in Transition* (2007-2010); *Nordic Research Network in Journalism Studies* (2009); *Media, Culture and Society at NordMedia* (2008). Atua nas seguintes áreas: midiatização (teoria e análise), história das mídias, mídia e religião, mídia e globalização, combinação de metodologias quantitativas e qualitativas. Publicou os seguintes trabalhos: “From Mediation to Mediatization: The Institutionalization of New Media”, junto com A. Hepp e F. Krotz (New York: Palgrave/Macmillan, 2014); “Mediatization and Cultural and Social Change: An Institutional Perspective” (Berlin: De Gruyter Mouton, 2014); “The Mediatization of Culture and Society” (London: Routledge, 2013).



CASA LEIRIA
Rua do Parque, 470
São Leopoldo-RS Brasil
Telefone: (51)3589-5151
casaleiria@casaleiria.com.br

O Seminário Internacional contou com a participação de duas centenas de pesquisadores. É organizado em dois níveis. No primeiro nível – as mesas –, busca-se um movimento reflexivo descendente, com pesquisadores convidados, brasileiros e do exterior; e os pesquisadores vinculados ao PPGCC-Unisinos, da Linha de Pesquisa Mdiatização e Processos Sociais. Outro movimento é ascendente. Os Grupos de Trabalho, constituídos a partir de chamada pública de trabalhos, selecionados conforme descrito abaixo.

As mesas são formadas com base em critérios. Um eixo de critérios assegura um equilíbrio entre os participantes do PPGCC-Unisinos que pesquisam conforme a linhagem Mdiatização e Processos Sociais, os convidados nacionais e internacionais, também vinculados a essa linhagem, e os convidados nacionais e internacionais externos a essa linhagem, mas que aceitam debater, de forma crítica e analítica, em torno dos temas sugeridos pelo Seminário. Outro eixo de distribuição segue o equilíbrio entre convidados nacionais e internacionais, do Sul e do Norte. A programação proposta de mesas resulta desses critérios.

No Seminário realizado em 2016, foram formadas cinco mesas com pesquisadores da França (3), Dinamarca (1), Argentina (2), Brasil (4) e os organizadores. A programação do I Seminário e sua estrutura podem ser vistas em <http://www.midiaticom.org/programacao/>. No total, foram 15 horas de debates nas cinco mesas.

Os Grupos de Trabalho foram formados a partir da submissão de trabalhos. As submissões foram feitas por 250 autores e 217 resumos ampliados. Desses, foram selecionados cerca de 188 trabalhos. Após inscrições, o Seminário contou com a participação de pesquisadores, doutorandos, mestrandos e graduandos, na proporção sugerida nesta proposta, numa adesão quatro vezes maior do que o previsto pela Comissão Organizadora. Os trabalhos foram selecionados por dois pareceristas, de forma cega, mobilizando-se para isso pesquisadores, doutores, doutorandos, mestres e mestrandos, que avaliaram (num grupo de mais de três dezenas de pareceristas) cada um dos trabalhos submetidos por colegas com formação em nível inferior, com notas classificatórias, que resultaram nos trabalhos aprovados. Esses foram depois agrupados pela Comissão Organizadora, de forma sucessiva, até chegar aos 17 Grupos de Trabalho do evento (<http://www.midiaticom.org/gts/>).

Um dos objetivos centrais do Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais realizado é refletir a respeito da diversidade de perspectivas sobre o conceito, colocando em jogo angulações do Norte e do Sul. Este objetivo está consolidado também neste livro. Em seu balanço na condição de ombudsman do Seminário, Stig Hjarvard destacou esse traço como distintivo das pesquisas do Sul:

As discussões sobre midiatização aqui no Brasil se desenvolvem na perspectiva da semiótica, filosofia da comunicação e antropologia. Em um contexto nórdico e europeu, isso é bem diferente. Muitas das pessoas envolvidas em discussões sobre a midiatização vêm de estudos de mídia com uma orientação para a sociologia ou sociologia cultural, e muitos norte-europeus têm uma inclinação empírica mais forte. (HJARVARD, 2016).

Essa importante percepção, entretanto, pode ser ponderada e enriquecida pelos detalhes específicos das mesas de debates realizadas. Os capítulos desse livro evidenciam uma multiplicidade de abordagens (“um conceito, múltiplas vozes”, como diz Pedro Gilberto Gomes, um dos autores). Nessa diversidade, se atualizam as heranças das teorias sociais e da linguagem, em articulações específicas, tomadas como referência para pensar os processos midiáticos numa interlocução que vem definindo essa linhagem de pesquisa. Mas isso seria insuficiente para definir as inferências sugeridas. Abordagens semióticas, por exemplo, permitem inferências diferenciadas, conforme as perspectivas de teorias sociais com que se articulam. Clivagens entre o que é comunicação e midiatização também alimentam a diversidade, conforme se situe o lugar dos meios nos processos em análise.

