

Nem tudo é mediação: como entender, ver e analisar a complexidade dos processos comunicacionais sem banalizar

Not everything is mediatization: how to understand, regard and analyze the complexity of the communication processes without trivializing them

Adriana Domingues Garcia*

Resumo: O artigo apresenta reflexões e inferências sobre os estudos em mediação. São discutidos a formação, as lógicas de funcionamento e os métodos de pesquisa sobre o fenômeno da mediação para aplicação no trabalho de dissertação sobre as convergências de processos e práticas para a interação da sociedade em mediação. O eixo argumentativo desdobra-se sobre as precauções mobilizadas para que as processualidades não sejam reduzidas à ampla abrangência e ao determinismo do pensamento único. Encaminha-se um raciocínio para que a mediação seja visualizada como um jogo de relações de sentidos transversais, diferidos, difusos, heterogêneos e fragmentados, que produzem interações e vínculos por meio de práticas e processos em circulação na sociedade.

Palavras-chave: Mediação. Circulação e interação social. Dispositivos sociais.

Abstract: This paper presents reflections and insights on the mediatization studies. It aims at discussing the formation, the operating logic, and the methods of research on the mediatization phenomenon. This analysis intends to aid a dissertation about the convergence of processes and practices regarding the interaction of the mediatized society. The argumentation is centered on the precautions against the reduction of the media processes to the all-encompassing view and the determinism of the *pensée unique*. It is also argued that the mediatization should be viewed as a set of transversal relationships, which are deferred, diffused, heterogeneous and fragmented, and produce interactions and linkages through the existing practices and processes of the society.

Keywords: Mediatization. Circulation and social interaction. Social devices.

Recebido em: 13/10/2010. Aceito em: 25/05/2011.

* Jornalista, mestranda em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) e bolsista do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) na Linha de Pesquisa Mediação e Processos Sociais. São Leopoldo, Rio Grande do Sul, Brasil. Email: adrigarcia_sm@hotmail.com

1 Introdução: primeiras percepções

A construção deste artigo é motivada por questões suscitadas nas primeiras aulas da linha de pesquisa Mídia, Tecnologia e Processos Sociais, do Mestrado em Ciências da Comunicação da UNISINOS. As perguntas que surgiam eram estas: será que todos os processos comunicacionais são mediados? Como visualizar e analisar a mediação? O que acontece com quem não tem acesso às tecnologias? Esses questionamentos aos poucos foram sendo desmistificados e entendidos como um processo complexo, abrangente, não reducionista e nem determinista, em que

“ou o indivíduo se adapta à lógica mediada, ou sofre com ela, pois não se pode deter-se nos meios, mas sim na ambiência, além disso, o não domínio da linguagem não interfere na insurgência dela na sociedade” (GOMES, 2010). Não há como fugir dessa nova forma de ser e agir da sociedade em conjunto com os media, pois essa matriz cultural já faz parte da existência humana e constitui as formas de organização e funcionamento, definindo condições de acesso e consumo por parte dos indivíduos.

Esse princípio teórico, em conceituação, dará base para a pesquisa em andamento¹, que se circunscreve na investigação dos processos e práticas que direcionam para a análise dos modos de interação e dos vínculos constituídos na sociedade em mediação. Para compreender a construção teórico-metodológica, que está em fase de aprofundamento epistemológico, é preciso um alto nível de abstração e despreendimento de todas as convicções fundamentalistas e estruturalistas herdadas de estudos precedentes. Essa tarefa não é fácil devido à crença em perspectivas equivocadas sobre a comunicação, de caráter dualista, de visão mecanicista e instrumental de pura transmissão de informação.

A redução dos processos em dependência estrutural, no âmbito da prática comunicacional e do funcionamento dos meios, empobrece a capacidade reflexiva de produção científica. A apresentação de concepções inovadoras sobre a interação humana é o primeiro impacto rumo à descoberta de bases referenciais consistentes, dotadas de aspectos qualitativos, os quais causaram a grande virada nos estudos em comunicação². A partir disso, surge um trabalho de esclarecimento e direcionamento sobre as complexas associações do novo conceito em desenvolvimento: a mediação.

2 Como entender a mediação?

Depois de derrubada essa primeira barreira teórico-estrutural, é preciso entender o campo conceitual da mediação como uma processualidade comunicacional que permeia todas as instâncias da sociedade, tornando ainda mais complexas as práticas comunicativas e gerando cada vez mais tecnologias sofisticadas e avançadas. Por outro lado, há uma mudança nítida nas formas de comunicar, nos usos e produções de sentido. Segundo Fausto Neto (2008), o avanço da mediação causa transformações de regimes de falas, dentro de reformulações de práticas, de contratos, dispositivos, operações e da própria problemática da produção de sentido. Nesses processos, são geradas novas configurações de vida social e individual, de dinâmicas e lógicas, em que há novos formatos de trocas simbólicas e antigos costumes.

Esse fenômeno supera o caráter representacional, centralizado nos produtos midiáticos, típico da sociedade dos meios. Martín-Barbero (1985) desloca o foco de análise dos meios para

¹ “Convergências de processos e práticas no site *Observatório da Imprensa* para a interação da sociedade em mediação”, sob orientação do Professor Dr. Jairo Ferreira (UNISINOS/São Leopoldo-RS). Esse observável empírico servirá como ponto de reflexão somente. Para efeito deste artigo, o objeto de análise será o campo conceitual da mediação e as manifestações que surgem dela.

² Com a hipótese “É impossível não comunicar”, a importante corrente de estudos dos anos 60, chamada Escola de Palo Alto ou Colégio Invisível, contrariou todos os pensamentos predominantes nas pesquisas em comunicação da época. As investigações passaram a ser realizadas a partir de um recorte ampliado do conceito de comunicação, propondo o pensar através de um modelo de comunicação circular. O processo interacional começou a ser visto em uma situação global, sem separações de variáveis. Para isso, foi desenvolvido um método de pesquisa diferenciado: o trabalho etnográfico de descer ao campo e a observação participante, para analisar a perspectiva orquestral da comunicação.

as pessoas, pois o importante é saber o que as pessoas fazem com o que dizem os meios, ou seja, de que forma elas veem, ouvem e leem os meios. No novo estágio dos processos comunicacionais permanece a segmentação do espaço social, pela formação de campos sociais relativamente fechados e autônomos, dotados de competências específicas, interesses diversos e conflitantes que pretendem regular um determinado domínio da experiência, defendido por Rodrigues (2000, p.192).

Para o autor, um campo social forma-se de um processo bem-sucedido de autonomização secularizante, graças à capacidade de impor a sua simbólica formal e informal, com legitimidade própria e vicária, regras constitutivas e normativas que devem ser respeitadas em um determinado domínio da experiência. É como um espaço magnético delimitatório resultante da emancipação e da consolidação indiscutível de sua existência. No entanto, o comportamento da sociedade contemporânea caminhou para o desenraizamento da experiência coletiva, recompondo os saberes e fazeres humanos. O autor ressalta que o domínio do simbólico constitui novas modalidades de secularização dos ritos sociais, que são as regras de vida individual e coletiva, maneiras de dizer e de fazer regulares, que orientam expectativas em função de sua obrigatoriedade indiscutível e das práticas comunicacionais.

Nesse cenário, o campo dos media passou a figurar como uma instância de legitimidade e notoriedade, onde a capilarização dos discursos sociais garantem o reconhecimento dos demais campos e, por conseguinte, formam a opinião pública. "As particularidades do campo dos media refletem-se [...], nas funções que desempenha, [...] na sua simbólica, no seu corpo social e no seu sistema de acreditação" (RODRIGUES, 2000, p.201). Ou seja, a sua autoridade se dá pela competência discursiva própria e o caráter vicário ao mediar os diferentes campos sociais, religando entre si o mundo fragmentado, através de tematizações e publicizações de discursos especializados, dentro de um sistema de confiança.

Uma das consequências da modernidade, da instituição do dinheiro e da invenção do relógio é a criação de vínculos sociais em um ambiente de desencaixe, ou de desterritorialização. De acordo com Giddens (1991), nessas relações as pessoas passaram a confiar nos sistemas

peritos, que são sistemas de excelência técnica ou competência profissional.

A confiança pode ser definida como a crença na credibilidade de uma pessoa ou sistema, tendo em vista um dado conjunto de resultados ou eventos, em que essa crença expressa uma fé na probidade ou amor de um outro, ou na correção de princípios abstratos (conhecimento técnico) (GIDDENS, 1991, p. 36).

O autor destaca a confiança da sociedade nos meios de comunicação, os quais contam histórias de vida. Assim, os indivíduos passam a ter afinidades e identificações, contemplando e supervalorizando a mídia. Essa mudança acabou incorporando as ações da mídia no cotidiano social.

O caráter de centralidade dos media se acentua na midiaticização, mas a problemática passa ao âmbito da sociedade e sua organização no mundo. Surgem novas formas de linguagens, tecnologias, gramáticas e lógicas que se ajustam na sociedade midiaticizada. A cada dia se evidenciam as novas práticas e processos sociais de transparência nas relações, de busca de visibilidade dos campos sociais e dos indivíduos. Em decorrência disso, ocorrem afetações nas operações, mudando as formas de saber sobre os processos midiáticos. A midiaticização manifesta-se a partir do momento em que surgem novas formas de fazer, de perceber e de apropriar-se dos produtos midiáticos, ou seja, quando as práticas sociais são afetadas pela lógica midiática, que leva em conta investimentos sócio-técnico-discursivos como condição para o reconhecimento de determinado campo social (FAUSTO NETO, 2009).

A partir dessa dinâmica, o papel dos media na informação e formação social, nesse espaço midiaticizado, possui possibilidades múltiplas e imprevisíveis, que formam o conjunto de saberes que emergem e interferem na vida cotidiana. Portanto, não há como entender a comunicação no mundo contemporâneo ignorando a midiaticização, pois os indivíduos estão em constante movimentação nessa processualidade comunicacional, uns mais lentos e outros mais acelerados, sendo que os mais ativos já fazem parte de uma nova cultura, a do amador. Nessa cultura eles interagem, participam, opinam, sugerem, se fazem ver, produzem e compartilham

conteúdos midiáticos, tornando-se operadores de processos midiáticos.

Dentro dessa visão, Martín-Barbero (2009) reformula sua primeira proposição de pesquisa em comunicação, feita nos anos 80 (o que as pessoas fazem com o que dizem os meios?) (MARTÍN-BARBERO, 1997). Depois de quase 30 anos, a investigação já não é mais sobre as matrizes culturais da comunicação, mas sobre as matrizes comunicativas da cultura. É nesse complexo relacional e transversal que a comunicação atua, dá sentido e constrói as realidades cotidianas. Nesse emaranhado, as tecnologias de comunicação são amplas e convergentes, à disposição de um público disperso, heterogêneo e fragmentado.

De acordo com Martín-Barbero (2004), o saber tecnológico, a razão técnica e a desterritorialização da sociedade reconfiguraram as lutas ideológicas, que se constituem em lutas simbólicas. “En los medios se hace, y no sólo se dice, la política” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p.31). Esse novo comportamento poderá auxiliar na reintegração da sociedade com a política, por exemplo, pois essa é uma nova maneira de se fazer parte, sem territórios fixos, mas, sim, ligados por identidades híbridas que retomam a comunidade emocional de Max Weber, gerando novas sensibilidades, gostos e afinidades.

Si la revolución tecnológica ha dejado de ser una cuestión de medios, para pasar a ser decididamente una cuestión de fines, es porque estamos ante la configuración de un ecosistema comunicativo conformado no solo por nuevas máquinas o medios, sino por nuevas lenguajes, sensibilidades, saberes y escrituras. [...] Todo lo cual está incidiendo tanto sobre lo que entendemos por comunicar como sobre las figuras del convivir y el sentido de lazo social. (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 36)

A reconfiguração das mediações, discutida recentemente pelo autor, revela os movimentos evidenciados na sociedade midiaticizada, em que as relações sociais são engendradas por complexos sistemas de comunicação e, às vezes, os vínculos são instáveis, efêmeros e superficiais. Esse é um desafio que pode tanto integrar quanto fragilizar os processos comunicacionais interpostos por tecnologias e técnicas entre seres humanos.

3 Como visualizar a midiatização?

A midiatização pode ser vislumbrada nas mais diversas práticas comunicativas, por intermédio de movimentos que causam rupturas ou mutações no campo comunicacional. As manifestações vão de encontro ao fato de que a sociedade não está apática ao que lhe é oferecida pela mídia e, tão pouco, os valores éticos e morais se esvaíram com as crises de identidade sofridas nas últimas décadas. Na medida em que o público quer se fazer ver, a própria mídia desenvolve estratégias para se enquadrar nesse jogo.

A primeira demonstração a ser referida é a insurgência de uma sociedade que se organiza para enfrentar a própria mídia, através de dispositivos sociais específicos, os quais, de acordo com Mouillaud (1997), citado por Braga (2006b, p.36), são entendidos como um lugar “material ou imaterial em que se constituem formas socialmente geradas e tornadas culturalmente disponíveis como matrizes para realização de falas específicas”. Eles estabelecem modos da sociedade interagir sobre (e com) a sua mídia. Ferreira (2007) entende o dispositivo tanto como o conjunto de materialidades quanto o complexo de relações, agenciamentos e intersecções com processos sociais e de comunicação.

Esses processos impulsionam as relações do campo midiático com os múltiplos atores, possibilitando a socialização em âmbitos de aprendizagem social e de crítica midiática, ou seja, através dos dispositivos sociais de crítica midiática. Braga (2006a) estuda esse movimento peculiar da midiatização dentro de uma dinâmica composta por processos e dispositivos sociais imbuídos a desenvolverem trabalhos críticos sobre os produtos midiáticos.

O autor define duas vertentes críticas: a crítica de sociedade e a crítica especializada (jornalística). Entretanto, os dois tipos têm limitações e nenhuma é superior à outra, mas são complementares. Segundo Braga (2006a, p. 51), o “trabalho social” não depende do caráter de crítica interna versus crítica externa, e sim da observação apenas do teor crítico, atrelado aos conceitos assumidos sobre a sociedade. Assim como a operacionalidade na sociedade, enquanto gesto social. Nesse ângulo, todas as críticas são interessadas e participantes na

sociedade, tornando-se internas, porém algumas são produzidas em lugares extramidiáticos.

A crítica de sociedade é feita de acordo com gostos e afinidades e pode estar relacionada com a crítica jornalística, que é uma observação sistematizada contribuinte para o desenvolvimento de competências de seleção e interpretação dos produtos midiáticos. Já a crítica especializada fornece perspectivas para o desenvolvimento de um debate social mais consistente. Para exemplificar, temos sites interativos de observatórios de mídia, como Observatório da Imprensa, Portal Imprensa, Canal da Imprensa, SOS Imprensa, etc.

A principal ferramenta de comunicação no processo midiaticizado é a interatividade, ou seja, há a efervescência desse modelo comunicacional participativo, colaborativo e convidativo. A comunicação torna-se mais eficiente quando há reciprocidade explícita na interação proposta, quando se exige mais que uma simples leitura, e sim uma manifestação por parte do destinatário. O grande diferencial são as trocas compartilhadas. Kerckhove (1999) coloca em desuso o termo inteligência coletiva, afirmando que com a nova ecologia das redes, com os novos hábitos cognitivos sociais e pessoais, o processo se estreitou em uma inteligência conectada. “La interactividad es la relación entre la persona y el entorno digital definindo por el hardware que conecta los dos” (KERCKHOVE, 1999, p.21). O autor refere o processo como um enlace mental entre nós mesmos e o planeta, por meio de projeções multisensoriais.

O recurso de interatividade formou, segundo Valdetaro (2009), a cultura da interface, em que a lacuna existente entre produtor e receptor está apagada, quase imperceptível. O caráter marcante em ambientes de convergência de tecnologias e linguagens, como a web 2.0³, é a multidimensionalidade interativa e a diversidade de dispositivos sócio-técnico-discursivos que acionam a construção de sentidos. Dentro desse novo espaço comunicacional, os vínculos são arquitetados por identidades flutuantes, com modificações nas condições de produção e

reconhecimento. Além disso, a autora constata a coexistência de diferentes regimes espectoriais e de consumo, isto é, a multiplicidade do desejo. Porém, na nova ambiência, os novos processos não anulam os já existentes, eles se complementam:

Es posible reconocer, de este modo, la particular sinergia entre viejos y nuevos medios se produce, como por ejemplo, em época de elecciones políticas, la competencia entre encuestas en boca de urna por um lado, y la producción de impresiones em caliente de los usuarios de Twitter [...] Del mismo modo, la captura e publicación em Youtube de imágenes anónimas, que luego levanta la televisión (VALDETTARO, 2009, p. 8).

Para a autora, os novos meios passam a fortalecer os já consolidados. A utilização deles em conjunto serve de uma importante ferramenta de controle e disciplinamento do público e, se bem empregados, de uma nova forma de exercício da democracia, em que o indivíduo torna-se um cidadão virtual.

Nesse sentido, é evidente a ampliação dos espaços de vozes. Com esse propósito, a mídia solicita a colaboração do público, mas não como fonte, e sim como participação efetiva na produção, ou como comentarista. Os exemplos são constatados em espaços onde o leitor/internauta/telespectador/ouvinte opina ou fornece a informação através de produções próprias, como exemplos: Vc repórter - Terra, Vc no G1 – G1, Carta do Leitor – Diário de Santa Maria, Youtube e Blogs de diversos temas.

A convergência das narrativas transmidiáticas (JENKINS, 2008), as quais são franquias que integram múltiplos textos para criar uma narrativa tão ampla que não pode ser contida em uma única mídia, é constatada nas produções que são veiculadas nos meios convencionais e que depois ficam disponíveis para visualização/profundidade na internet. É o caso, por exemplo, dos capítulos de novelas no site da Globo, ou das notícias veiculadas no horário nobre da televisão e depois disponibilizadas para visualização no site do Jornal Nacional.

Há também o recebimento de informações de notícias do site G1 direto no celular, além de inscrições de Feeds RSS (agregador de conteúdos atualizados no site), onde são expostas

³ Termo utilizado para designar a mudança nos usos da web. Nesse processo, há maior entendimento das regras por parte dos usuários para fazer bom uso da plataforma digital, aprimorando a interatividade e, conseqüentemente, a comunicação.

automaticamente as informações no próprio navegador de internet. Esses processos revelam a praticidade e comodidade que as novas tecnologias trazem à vida contemporânea, pois a pessoa poderá ter acesso ou rever o produto midiático no momento que achar oportuno, assim como poderá personalizar a sua busca por informação.

Outro comportamento surgido nos últimos anos é a amizade ou vitrine virtual, com a explosão das chamadas redes sociais, entre elas: Orkut, MSN, Facebook, Myspace, Twitter, etc. No entanto, Valdetaro (2009) desconstrói a ideia da nomeação empregada, pois para a autora, no ambiente virtual, cria-se uma multiplicidade de associações, que, do ponto de vista investigativo, não são redes sociais no sentido strito sensu, por não produzirem vínculos estáveis e pela noção frágil de não ter uma causa de sociedade. Assim, as associações em rede, como devem ser denominadas, são constituídas de pseudoamigos com afinidades em comum, ou identidades flutuantes, com suas derivações semânticas: tribos, comunidades, clãs, etc. Nesse novo patamar, a digitalização de vínculos muda as condições de pertencimento dos indivíduos e as identidades culturais dão lugar a avatares e personagens fakes.

A modificação no processo cognitivo infantil é uma discussão inevitável. Segundo Gomes (2010), os dispositivos tecnológicos e suas construções simbólicas tomam conta do imaginário social, principalmente dos nativos digitais, representados pela geração atual. Os brinquedos dessas crianças são celulares, computadores e jogos virtuais de última tecnologia. Elas já nasceram nessa realidade cibernética e mesmo as que não têm fácil acesso, por condições econômicas, se adaptam facilmente. Porém, a problemática dessa constatação é: como administrar essa realidade? “Será que a sociedade está conseguindo equacionar e dimensionar corretamente o que acontece atualmente?” (GOMES, 2010, p.4).

Na produção jornalística, a mudança ocorre não só nos processos de convergência tecnológica/midiática, mas também na produção discursiva. Não há mais segredo na construção da realidade, pois, hoje, ocorre o desvelamento da realidade da construção, mostrando os bastidores da notícia. Além disso, o indivíduo não se preocupa mais com a verdade, mas sim com

a sua verdade, ou como foi construída aquela verdade.

Todos esses comportamentos inovadores, por parte da mídia e do público, resultam em novas configurações de modos de interação em um espaço diferido e difuso de construção de sentidos. Luhmann (2005) ressalta que a importância que os meios de comunicação exercem é tão grande que tudo que sabemos sobre o conhecimento da história e da natureza humana é através deles, os quais funcionam como uma espécie de operador central de todos os sistemas sociais.

Para o autor, os meios são todas as instituições que servem de tecnologia e técnica para comunicar alguma coisa a um público amplo, por meio de um processo industrial, tais como: livros, revistas, jornais, fotografia, televisão, rádio, internet, etc. No entanto, uma ligação telefônica não é um meio midiático. Essa relação com os meios é tão intensa que é preciso desconfiar deles. Diante disso, eles tratam de se autofortificarem, através da autorreferencialidade, consistida de técnicas e lógicas próprias desenvolvidas para dar conta dessa desconfiança.

Luhmann (2005) apresenta uma perspectiva inovadora e pouco explorada no meio científico, em que é possível relacionar todas as práticas humanas e as suas interações com as tecnologias e outros setores da sociedade. Nesse sistema comunicacional, não é mais possível fazer pronunciamentos sobre o mundo, já que este se deslocou para o inobservável. Nesse sentido, o estado interno dos sistemas é inapreensível, por sermos, todos, sistemas autopoieticos fechados que fazem acoplamentos estruturais.

Para o autor, nós não temos mais referências no mundo inteiro e sim de um mundo autoproduzido, autoestruturado, autodiferenciado, autofortificado pelo nosso sistema, de forma autônoma. Sendo assim, o que constrói a comunicação é a seletividade, ou a contingência de cada sistema. Comunicar é um processo multiplicador e não apenas uma transferência de informações, como defendem as teorias clássicas da comunicação.

Ainda de acordo com Luhmann (2005), nesses processos, os meios de comunicação convertem-se em mecanismo autorregulador que normaliza as relações entre sistema e meio

externo (ambiente). Sendo assim, cada sistema observa-se a si mesmo e aos outros. De certa forma, os meios de comunicação e suas interações apresentam a processualidade comunicacional sob uma perspectiva abrangente e promissora, quando a proposta é estudar os processos mídiatizados sob uma perspectiva macroestrutural.

É crucial perceber a sociedade mídiatizada, nesse contexto, e a amplitude de associações prováveis e possíveis que se apresentam. Sendo assim, a comunicação é construída como um processo autopoiético que vai se estruturando continuamente e que é constituído pela ação. Mas ela mesma não é a ação. Ela é a escolha das diferenças, o optar entre o sim ou o não, entre o continuar ou não a conversa.

O ponto demarcatório da teoria de Luhmann (2005) para os estudos em mídiatização é a questão da autorreferência dos meios, que se dá pela complexidade que impera no sistema comunicacional e faz com que a técnica assuma uma importância inédita. Nesse contexto, os meios realizam operações segundo suas próprias lógicas, por meio da realidade da construção, mostrando, mesmo que veladamente, como são construídas determinadas realidades, ou seja, os bastidores da construção de mundos.

Essas processualidades comunicacionais e comportamentais denunciam o surgimento de um novo espaço constitutivo das ações sociais, ultrapassando o âmbito específico do mídiático. O entendimento desse sistema complexo baseia-se no pensamento de Gomes (2010) sobre o fato de a mídiatização da sociedade não ser somente uma sofisticação dos processos comunicacionais, mas sim a configuração de algo totalmente diferente de tudo que já se viveu até agora. É um novo modo de ser no mundo, em que o indivíduo tem a necessidade de fazer-se ver para sentir-se existir.

O autor é ousado ao dizer que a mídiatização seria um projeto de unificação social. Por esse processo ainda estar em andamento, a questão aventada causa reflexões polêmicas. Será que sentiremos saudade do mundo que está indo embora, ou devemos ter esperança na mídiatização que está se instalando na sociedade? É plausível concordar com Gomes (2010): as duas situações podem, de fato, ser equilibradas.

Essa ideia do autor sustenta-se pela visão

de que os meios tornam-se o *medium quo*, o locus de compreensão da sociedade que interpreta seu mundo pelos pontos de referência apresentados pelos sentidos identitários dispersos pelos dispositivos sociais (GOMES, 2006). Com base nisso, a mídiatização não pode ser generalizada, mas vista como um processo organizado em volta de um consumo por parte das pessoas que se relacionam com as produções de sentido social elaboradas por terceiros.

Os processos de mídiatização não excluem as mediações, porém há uma complexidade maior nas relações dispostas pelos circuitos de circulação de informações, na criação de vínculos, nos compartilhamentos e nas interações sociais. Para observar as manifestações desses movimentos é preciso perspicácia e adequações à realidade da nova sociedade que transforma tecnologias em meios de comunicação.

4 Como analisar a mídiatização?

O procedimento metodológico para a análise da mídiatização deve ser estabelecido a partir da visualização de que a pesquisa em ciências da comunicação está inserida em um campo social cuja natureza transcende os estudos restritivos dessa área. A inteligibilidade desse campo em específico deve, pois, ser analisada metodologicamente pela sua complexidade composta de objeto concreto e suas inter-relações entre técnicas, linguagens, atores, práticas, processos, etc. O conjunto híbrido desses elementos forma o objeto de estudo científico da pesquisa, ampliando a especificidade do saber e o domínio do conhecimento. Sendo assim, entende-se que as pesquisas em comunicação devem desenvolver um olhar tanto sobre a realidade do campo mídiático quanto para outros objetos contextuais, criando perspectivas que dão o recorte empírico a ser analisado.

A sistemática de observação da mídiatização delinea-se para a análise da circulação, uma dimensão ainda em fase de amadurecimento epistemológico, mas específica para pesquisas que levem em conta esse novo movimento de sociedade. Com isso, é possível adotar um nível descritivo e qualitativo quanto às interpretações

de marcas discursivas explícitas, no circuito da circulação; e quantitativo quanto ao mapeamento dos fluxos de mensagens e suas recorrências.

As análises de circulação buscam investigar a interação social no âmbito de um produto midiático que coloca em circulação social inúmeras marcas discursivas, por meio de dispositivos que acionam sentidos. De acordo com Braga (2006a), a circulação social é diferente da circulação midiática. Esta é o que a mídia veicula como sistema de produção. Já a circulação social é constituída por respostas diferidas e difusas, desenvolvidas pelo sistema interacional mediático.

O autor ressalta a perspectiva macrosocial de que a realidade é construída socialmente exatamente na medida em que, tentativamente, vai organizando possibilidades de interação. “São padrões para ver as coisas, para articular pessoas e mais ainda, relacionar subuniversos na sociedade – e por isso mesmo – modos de fazer as coisas através das interações que propiciam” (BRAGA, 2006b, p. 7). Para o autor, devem ser observadas as relações transversais e as interações sociais resultantes de cada processo midiático, a partir de práticas e processos mobilizados para tal processualidade comunicacional.

O conceito de circulação está ligado ao que Fausto Neto (2009) entende como um espaço localizado no limite de práticas discursivas em produção e recepção, chamado de zona de pregnância, em que essas fronteiras criam interfaces e potencializam locais férteis para as construções de sentidos. Para o autor, coloca-se uma reformulação radical nos processos de interação, entre os meios e seus consumidores. Os primeiros, diante da iminência de processos de solidão, buscam reconstituir os contatos com seus usuários segundo novos contratos que misturam motivações comerciais e estratégias de leituras. Os segundos, os leitores, são chamados a educarem-se para as mídias, na medida em que, para nelas estar, precisam ter um conhecimento, ainda que espasmódico, dos seus processos produtivos.

Portanto, Fausto Neto (2009) afirma que esses processos são possíveis devido à autonomia que o campo midiático adquiriu, pelas suas ações de autorreferencialidade e pela incompletude do processo de significação,

causada pela midiatização. A partir desses pressupostos, as construções de mundo, ou de sentidos, não se fecham. Cria-se, assim, uma cadeia sucessiva de discursos, na medida em que produtores e receptores de mensagens se encontram hoje mais em zonas de transformação de discursos do que necessariamente reclusos em suas próprias fronteiras, como até então eram vistos emissores e receptores de mensagens.

De acordo com Fausto Neto (2009), a convergência de dispositivos sociais e o decorrente acionamento de sentidos são visualizados como um sistema, como espaços potenciais e de pontos de acesso, que são as mecânicas, as processualidades estratégicas da midiatização. No complexo midiatizado, as convergências tecnológicas e midiáticas, sobrecarregadas de narrativas transmidiáticas, criam uma nova plataforma de circulação, a partir de técnicas, dispositivos, novas configurações e relações entre produção e recepção. Segundo o autor, a convergência fragmenta a estrutura da recepção; sendo assim, reelaboram-se as afetações/irritações entre os campos sociais. Isso faz com que os meios reformulem estratégias de criação de vínculos, novas formas de contato e coparticipação. No corpus de análise de uma pesquisa sob o viés da midiatização, o processo de circulação de marcas discursivas é situado no espaço interacional entre os interlocutores, sendo que a convergência disponível se transforma em um leque de opções, ou em um espaço potencial para produção de sentido.

Metodologicamente, entender a interação social da sociedade midiatizada pela circulação significa analisar um processo amplo em dois níveis: macroestrutural, que diz respeito aos aspectos societários; e microestrutural, por meio do mapeamento da linguagem, dos modos de fala, das marcas discursivas do processo. Nesse tipo de análise são trabalhados fluxos de informações e suas manifestações físicas explícitas, como produções primárias, comentários de internautas, narrativas transmidiáticas, dispositivos utilizados, acessos, desdobramentos de operações, materialidades, práticas e processos desenvolvidos, e construções de sentidos disponibilizadas pelas inter-relações discursivas, técnicas e culturais.

5 Primeiras considerações: o processo de naturalização

Depois de alguns meses de leituras e debates sobre a midiaticização, as práticas e os processos sociais desencadeados por ela, foi desenvolvido um novo patamar de reflexões, observações e problematizações. A construção desse conhecimento é muito desafiadora, por estar associada à renovação/reciclagem de conceitos consolidados e teorias clássicas tão consistentes. Não basta uma revisão teórico-metodológica para adaptar-se ao novo, é preciso ter convicção e buscar respostas por meio de perguntas que podem parecer tolas, mas que são necessárias para entender essa processualidade comunicacional tão complexa.

Essa complexidade não pode ser banalizada por fundamentalismos e estruturalismos deterministas, mas sim colocada em um jogo de relações de materialidades e sentidos transversais, diferidos, difusos, heterogêneos e fragmentados. Por isso, não podemos cometer o mesmo erro de escolas passadas, de reduzir os processos comunicativos em contemplação, alienação e submissão. O caráter de complexidade dá a segurança de que não estaremos indo para uma sociedade de pensamento único.

Para entender a midiaticização é preciso confiança, pois o pressuposto de que esse fenômeno está em instalação no mundo inteiro gera desconfortos e debates quentes sobre o seu acesso e abrangência. É preciso prospectar que futuramente o processo se naturalizará, assim como aconteceu com o capitalismo. Esta comparação reforça a crença de que sempre haverá desigualdades, porém o consumo de bens simbólicos é ilimitado. Para fazer parte da sociedade em midiaticização basta ver, ler, ouvir, conectar-se, expressar-se e compartilhar os sentidos despertados pelas ações comunicativas, ou seja, pelas manifestações identitárias que se dão nas interações com os outros e com os meios, isto é, pelo ser-com-os-outros no mundo.

Referências

BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia:** dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006a.

_____. **Sobre “mediaticização” como processo interacional de referência.** Versão revista de artigo apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação e Sociabilidade, do XV Encontro da Compós. Unesp/Bauru/São Paulo: junho de 2006b.

FAUSTO NETO, Antônio. Enunciação mediática e suas “zonas de pregnancies”. In: VELÁSQUEZ, Tereza (Org.). **Fronteras.** Buenos Aires: La Crujía, 2009, p. 105-115.

_____. Ombudsman: a interrupção de uma fala transversal. In: Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação do XXXI, 8. NP Semiótica, do Intercom, Natal/RN, 2008. **Anais...**

FERREIRA, Jairo. **Midiaticização:** dispositivos, processos sociais e de comunicação. E-Compós (Brasília), v. 10, 2007, p. 1-15.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade.** 2. ed. São Paulo: Ed. Unesp, 1991.

GOMES, Pedro Gilberto. **Sociedade em midiaticização:** saudade ou esperança? Paper: UNISINOS, São Leopoldo, 2010.

_____. A midiaticização no processo social. In: **Filosofia e ética da comunicação na midiaticização da sociedade.** São Leopoldo: Unisinos, 2006, cap.6.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2008.

KERCKHOVE, Derrik de. **Inteligencias en conexión:** hacia una sociedad de la web. Barcelona: Gedisa, 1999. p. 17-28.

LUHMANN, Nicklas. **A realidade dos meios de comunicação.** SP: Paulus, 2005.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **As formas mestiças da mídia.** Pesquisa FAPESP, n. 163, setembro de 2009.

_____. Razón técnica y razón política: espacios/tiempos no pensados. **Revista Alaic.** Ano 1. n. 1 jul/dez, 2004.

_____. **Dos meios às mediações:** comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1997.

RODRIGUES, Adriano Duarte. Experiência, modernidade e campo dos media. In: SANTANA, R.N.M. (Org.). **Reflexões sobre o mundo contemporâneo**. Teresina: Revan, 2000. p. 169-215.

SODRÉ, Muniz. Eticidade, campo comunicacional e midiática. In: MORAES, Denis (Org.). **Sociedade midiática**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006. p.19-31.

VALDETTARO, Sandra. **Audiências**: de las “redes sociales” a las “associaciones en red”. Ponencia presentada en el Foro Ibermedia, Fundación de Investigación del Audiovisual), Valencia, España, 2009.