



Os *processos midiáticos* para além da mídia

Frederico de Mello Brandão Tavares

Resumo: Este ensaio busca refletir sobre o papel dos *processos midiáticos* na configuração de uma epistemologia complexa para se pensar a mídia. Parte-se de uma revisão conceitual a respeito dos meios de comunicação e sua presença na sociedade, buscando compreender o que significa estudar a mídia a partir e para além dela mesma.

Palavras-chave: Processos Midiáticos - Meios de Comunicação - Miatização - Dispositivos Midiáticos.

Abstract: This essay, starting conceptual revision concerning the medias and its society presence, intends to think about *mediatic process* role in a complex epistemology configuration to discuss media. This work's objective is to understand the media meaning from and beyond itself.

Key words: Media Process - Media - Mediatization - Media Devices.

Resumen: Este ensayo reflexiona sobre el papel de los *procesos mediáticos* en la configuración de una compleja epistemología de los medios de comunicación. Se trata de una revisión conceptual sobre los medios y su presencia en la sociedad, buscando comprender lo que significa el estudio de los medios de comunicación desde y más allá de ellos.

Palabras clave: Procesos Mediáticos - Medios de Comunicación - Mediatización - Dispositivos Mediáticos.

Frederico M. B. Tavares é doutorando em Ciências da Comunicação Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Bolsista do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq – Brasil. Jornalista e Mestre em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Pesquisador discente do Grupo de Pesquisa “Estudos em Jornalismo”. E-mail: fredericombtavares@yahoo.com.br.

1. Os processos midiáticos

As discussões sobre uma epistemologia do campo da comunicação, em algum momento, batem de frente com uma questão bastante incômoda: a de evitar tomar a comunicação de um ponto de vista “midiacêntrico”. Tal hesitação acaba por oferecer alguns riscos: o abandono de questões propriamente midiáticas que afetam o âmbito comunicacional como um todo, aliada a um esquecimento de que estudar a mídia não significa estudar o meio do ponto de vista do suporte. É o que nos lembram Antunes e Vaz (2006, p. 43): “se a mídia for priorizada enquanto aparato sócio-técnico (instância de determinação), isso nos leva a minimizar a intervenção dos interlocutores, abandonando o processo comunicativo”. Nesse sentido, complementam os autores, reduzir-se-ia a apreensão sobre a produção de sentido midiática, “fechando a compreensão da extensa ‘prosa’ do mundo que acontece paralelamente à intervenção dos meios de comunicação, marcada por eles ou à sua revelia” (2006, p. 43).

Enfatizando a questão do processo comunicativo citado, o que se verifica na fala dos dois pesquisadores é um duplo movimento intercondicionado que indica a construção de uma interessante visada sobre a Comunicação: o cruzamento de uma perspectiva complexa de abordagem sobre o comunicacional e uma perspectivação complexa sobre os *processos midiáticos*. Diz-se da relevância do lugar da mídia na sociedade sem tomá-la, no entanto, como integralidade do processo comunicativo. Diz-se da importância de se entender, no interior deste processo, a própria processualidade midiática. Assim, uma pergunta se faz urgente e necessária: o que são ou em que consistem o que podemos chamar de *processos midiáticos*?

1 O presente trabalho foi realizado com o apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq – Brasil.

A resposta para essa questão, apesar de não definida ou definitiva, deve servir de “norte” para uma série de reflexões sobre o nosso campo, deixando de ser pano de fundo para vir a ser o alicerce de alguns movimentos de inserção de objetos midiáticos na pesquisa comunicacional. Para isso, três eixos se apresentam:

1) Em termos dicionarizados, a expressão *processos midiáticos* definir-se-ia a partir do casamento de dois significados. O primeiro deles, o de processo: “ação continuada, andamento, método ou procedimento”. O segundo, midiáticos, significando: “que diz respeito à mídia” e, portanto, ao “conjunto de meios de comunicação de massa”³. Na reunião dos dois termos, portanto, teríamos a seguinte definição: ação continuada, em andamento, do conjunto dos meios de comunicação de massa.

No entanto, como nos chama a atenção Verón (2004), na introdução do livro de Mário Carlón, *Sobre lo televisivo*, é preciso também esclarecer com cuidado o que podemos chamar de meios de comunicação. Discorrendo sobre um conceito fundamental no livro de Carlón – o dispositivo –, Verón aponta ser necessário distinguir os suportes tecnológicos (que interessariam aos engenheiros de telecomunicação) de meios. Estes últimos são construídos pela sociedade a partir dos suportes e, portanto, lhes envolvem, mas não se limitam a eles. Neste contexto, estariam os dispositivos propriamente ditos, cuja definição só poderia se dar na compreensão do seu modo de inserção na semiose social gerada pelos meios⁴. “La distinción entre soportes tecnológicos, medios y dispositivos, nos proporciona tres niveles de descripción (que tienen distintos ritmos evolutivos) indispensables para empezar a escribir una buena historia de la mediatización” (VERÓN, 2004, p. 14).

3 Os três trechos entre aspas referem-se a definições do Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa (2001).

4 Scott Lasch também realiza uma tentativa de conceituação do termo “meio”, elemento central de sua “teoria mediática”. Como aponta o autor, um meio não deve ser visto apenas do ponto de vista da instrumentalidade (um meio para um fim), mas sim também pela ótica das finalidades que o constituem. No entanto, anteriores a essa finalidade e a essa instrumentalidade estão a informação e a comunicação. E é justamente no casamento dos meios com estes processos é que temos um “meio de comunicação maduro” – nos termos de Lasch: “Los medios sólo llegan a la madurez con el surgimiento y la difusión de las máquinas de información. La máquina de información es una combinación de contenido y tecnología: la información se refiere al contenido y la máquina a la tecnología” (LASCH, 2005, p. 125). Assim, prosegue posteriormente o autor, “los medios masivos consisten siempre en modos de información y modos de diseminación: tanto las máquinas que diseminan el contenido de los medios como el contenido mismo” (LASCH, 2005, p. 126).

Em texto anterior, cujo pensamento também se volta para a mediatização e para os cuidados no trato com este conceito⁵, Verón enfatiza a necessidade de não tomarmos o meio apenas de um ponto de vista tecnológico, pois a comunicação mediatizada é algo muito maior do que a capacidade tecnológica de produção e recepção de mensagens. “Un medio de comunicación social es un dispositivo tecnológico de producción-reproducción de mensajes asociado a determinadas condiciones de producción y a determinadas modalidades (o prácticas) de recepción de dichos mensajes” (VERÓN, 1997, p. 13). Pensar os meios, portanto, implica pensar os dispositivos tecnológicos em seus usos sociais. “Um medio comporta la articulación de una tecnología de comunicación a modalidades específicas de utilización (en producción y en recepción)” (VERÓN, 1997, p. 13).

John B. Thompson relaciona a noção de meios de comunicação e mediatização à produção e circulação de formas simbólicas nas sociedades contemporâneas. Trabalhando com a noção de “indústria da mídia”, como um tipo de instituição particular da sociedade, representante da manifestação do poder simbólico na vida social a partir da modernidade, o autor conceitualiza a mídia relacionando três noções: meio técnico, aparato institucional e distanciamento espaço-temporal. Neste contexto, o meio técnico, elemento de “transmissão cultural”, “é o substrato material de uma forma simbólica, isto é, os componentes materiais com os quais, e em virtude dos quais, uma forma simbólica é produzida e transmitida” (THOMPSON, 1995, p. 221).

Tanto Thompson, quanto Verón, de maneiras distintas e de “lugares-de-fala” específicos, indicam a necessidade de pensarmos o termo meio

5 “Entonces, frente a los múltiples interrogantes acerca de las relaciones entre tecnologías de comunicación y sociedad, y de las maneras en que aquéllas afectan a ésta, una cierta prudencia se impone” (VERÓN, 1997, p. 11). VERÓN, Eliseo. Cap. 11 - Mediatización de lo político. In: GAUTHIER et al. *Comunicación y política*. Barcelona: Gedisa, 1998. p. 220-236
VERÓN, Eliseo. Esquema para el análisis de la mediatización. *Diálogos de la comunicación*. N. 48. Lima: Felafacs, 1997. p. 9-17.

como um elemento ou instância não autônoma na sociedade, interligando aspectos técnico-tecnológicos a aspectos institucionais e sociais, instaurando entre eles vários fluxos de conexão.

2) Destas definições, que ajudam a problematizar “a definição do dicionário” sobre a expressão *processos midiáticos*, move-se para outra problemática: o que significa tomar os processos dos meios, ou melhor, os meios como processos (não só articuladores dos mesmos, como também deles constituintes)? Tal questão aponta para um outro movimento teórico.

Nos estudos sobre mídia, à medida que o reconhecimento da relação meios e sociedade se complexifica, os pontos de vista sobre os processos aí engendrados também ganham novas estruturas.

Podemos dizer que, historicamente, os primeiros estudos sobre meios – principalmente os estudos funcionalistas e, de certa forma, as primeiras reflexões “frankfurtianas” – enquadravam-se numa perspectiva cujas reflexões partiam dos meios, buscando perceber como estes afetavam a sociedade. Posteriormente, um viés mais sociológico passa a predominar e culmina com um movimento teórico que implicava um outro fluxo de observação. Não mais dos meios à sociedade, mas dos meios às mediações⁶. Passou-se a buscar algo que estaria “fora” dos meios para dar conta da sua complexidade. O que se assiste hoje, tal qual problematizamos acima, é uma tentativa, ainda em andamento e, portanto, não totalmente acabada, de se pensar na circulação, na relação mídia-sociedade, um encontro relacional entre as duas posturas anteriores que indicariam uma compreensão não mais dos meios aos processos, mas dos meios como processos.

6 “Fue justamente la voluntad de encontrar otro camino de comprensión que superase dualismos y visiones instrumentales la que estuvo en el origen de otras nociones que enriquecieron y complejizaron el campo. Así, por ejemplo, la de **mediaciones**, acuñada por Jesús Martín Barbero, plantearía la articulación entre los procesos de producción de sentido en torno a los medios masivos de comunicación y otras prácticas cotidianas de significación [...]” (MATA, 1999, p. 84, grifos da autora).

Para dar conta deste pensamento, urge a demanda por uma tessitura atualizada de conceitos – alguns apontados acima – como mediatização (ou midiatização)⁷, campos sociais, mediação, circulação, cultura, poder, técnica. Da trama por eles formada tem-se a constituição de um *locus* que possibilita pensar os *processos midiáticos* em contextos mais amplos de afetações e ambiências, onde dinâmicas e práticas se articulam. Mas antes de pensarmos mais elaboradamente este contexto teórico-conceitual – principal objetivo deste ensaio – uma outra observação para a definição e compreensão dos *processos midiáticos* se faz necessária: a de pensá-los historicamente⁸.

3) A relação mídia e sociedade não é exclusiva dos dias atuais, mas vive hoje uma fase de grande adensamento se pensarmos comparativamente os processos históricos comunicacionais (midiáticos). Como nos relembra Thompson, o desenvolvimento dos meios de comunicação é, em sentido fundamental, “[...] uma reelaboração do caráter simbólico da vida social, uma reorganização dos meios pelos quais a informação e o conteúdo simbólico é produzido e intercambiado no mundo social e uma reestruturação dos meios pelos quais os indivíduos se relacionam entre si” (THOMPSON, 1998, p. 19).

Tal movimento diz de um fenômeno que se promove, portanto, na confluência de campos distintos dentro da sociedade e na qual mídia e várias outras temáticas se entrecruzam, formando novos elementos na realidade, tornando-a mais densa. Há uma modificação do real a partir de uma leitura do mesmo, passando não só a construí-lo, mas também a constituí-lo. A mídia construindo a realidade, assim como dela fazendo parte. Entretanto, no que diz

7 Abordaremos tais termos como sinônimos.

8 “Entender a mídia como um processo – e reconhecer que o processo é fundamental e eternamente social – é insistir na mídia como historicamente específica” (SILVERSTONE, 2002, p. 17). SILVERSTONE, Roger. *Por que estudar a mídia?* São Paulo: Loyola, 2002.

respeito especificamente aos meios de comunicação, devemos tomar certos cuidados, a fim de evitarmos certos generalismos.

No contexto daquilo que poderia referir-se por “mídiosfera”, há épocas distintas de relevância e penetração dos veículos midiáticos na sociedade. Até o início do século passado, por exemplo, tínhamos predominantemente uma mídia impressa e uma indústria cinematográfica recém-inaugurada. Nas décadas compreendidas entre 1920 e 1940 assiste-se a uma “explosão” do rádio, seguida nas cinco décadas seguintes pela televisão e na última década do século e primeira deste a uma difusão em larga escala dos meios telemáticos. Ao longo deste período, cada nova mídia, menos que substituir a anterior, contribuiu para a constituição da mesma, permitindo-a descobrir e aprimorar cada vez mais suas singularidades, suas formas de falar sobre o mundo e a ele pertencer.

Os diferentes suportes midiáticos, advindos aceleradamente dos processos tecnológicos do último século, modificaram as práticas e as formas de inscrição e representação do mundo. As materialidades utilizadas e escolhidas condicionaram e recondicionaram o intercâmbio no interior das sociedades⁹, agregando à vida social outros¹⁰ elementos de interação e mediação. Nos últimos cem anos aproximadamente, os vários suportes comunicacionais e as práticas dele e nele envolvida inauguraram novas maneiras de se estar no mundo e de se habitar o mundo, condicionando (dando forma e sentido), acompanhando e colaborando interdeterminadamente com a formação de um certo “espírito do tempo”.

Assim, encerrando este momento de definição, se tomarmos os *processos midiáticos* como centro de uma reflexão, podemos inferir dois aspectos

9 Suportes duros e pesados impõem um tipo de inscrição e de instrumento, assim como o oposto também. Relembrando Régis Debray (1993), a matéria e o utensílio nela utilizado modificam o espírito do traçado, o estilo de um *Zeitgeist*. DEBRAY, Régis. A dinâmica do suporte. In: DEBRAY, Régis. *Curso de Midiologia Geral*. Petrópolis: Vozes, 1993, p. 205 – 240.

10 Não queremos dizer com isso que tais movimentos sejam propriamente inéditos na história do homem. O que nos interessa, no entanto, é identificar que particularidades e especificidades são por eles marcadas e os marcam tomando como contexto a sociedade dos “nossos dias atuais”.

importantes e sintetizadores: a) os *processos midiáticos* são hoje um fenômeno em nossa sociedade e b) encontram-se configurados (ou constituem-se) como um importante conceito para se pensar e se analisar a presença da mídia na vida social.

Neste texto partimos de um esboço teórico sobre a caracterização e conceituação dos *processos midiáticos* a partir de um eixo de compreensão sobre o processo de midiática na e da sociedade, associado à circulação midiática e aos dispositivos (midiáticos e comunicacionais) como agenciadores destes processos na sociedade. Nossa proposta condiz com uma visada que enxerga o processo de midiática como um “[...] fluxo onde se dão as operações, onde se mesclam e entrecruzam mundos simbólicos e materiais que têm os meios à montante e à jusante, e que em seu curso carrega grande parte das narrativas na contemporaneidade” (ANTUNES; VAZ, 2006, p. 45).

2. Midiatização

Hoje, no encontro dos processos sociais, com os *processos midiáticos*, um certo arranjo de campos aparece, originário da presença dos meios de comunicação no espaço público e de seus movimentos de interpelação a públicos e sujeitos.

Na contemporaneidade, como aponta Roger Silverstone, passamos “[...] a depender da mídia, tanto impressa como eletrônica, para fins de entretenimento e informação, de conforto e segurança, para ver algum sentido nas continuidades da experiência e também, de quando em quando, para as intensidades da experiência” (SILVERSTONE, 2002, p. 12). Por este motivo, na atualidade, torna-se urgente entender como se dão e se constituem os *processos midiáticos* e os processos de midiática. Mais que viver em uma sociedade dos meios,

vivemos hoje em uma sociedade midiaticizada.

A midiaticização, também vista empírica e conceitualmente, coloca-se hoje em dia como um importante ponto de partida para se pensar como as práticas midiáticas e os fenômenos de mídia se entrelaçam uns aos outros e com a sociedade, apontando para uma relação constituinte de novos processos tanto de interação, quanto de organização social. Nesse contexto, se observamos especificamente a noção de midiaticização e sua construção, alguns tópicos interessantes ganham destaque. Historicamente, associa-se o processo de midiaticização da sociedade a um avanço tecnológico e a uma penetração em larga escala de meios de comunicação na vida social, alterando as formas de intercâmbio da e na sociedade¹¹.

11 José Luiz Braga (2007), propõe a midiaticização – mediaticização como anota o autor – como um processo interacional “em marcha acelerada para se tornar um processo ‘de referência’” (p. 142). Para o professor, “um processo interacional ‘de referência’, em um determinado âmbito, ‘dá o tom’ aos processos subsumidos – que funcionam ou passam a funcionar segundo suas lógicas. Assim, dentro da lógica da mediaticização, os processos sociais ‘da mídia’ passam a incluir, a abranger os demais, que não desaparecem mas se ajustam” (BRAGA, 20067, p.142). BRAGA, José Luiz. “Mediaticização como processo interacional de referência”. In: MÉDOLA, Ana Sílvia Davi; ARAÚJO, Denize Correa; BRUNO, Fernanda. Imagem, Visibilidade e Cultura Midiática. Porto Alegre: Sulina, 2006. p. 141-167

12 Neste processo, ganham destaque as operações e estratégias que envolvem as práticas midiáticas.

Associada a essa idéia, portanto, aparece uma perspectiva conceitual que define a mediaticização principalmente de um ponto de vista técnico-material. Uma elaboração que não despreza as conotações culturais e sociais que envolvem o fenômeno – como o faz Thompson (1998) ao explicitar as questões simbólicas envolvidas nesse processo –, mas que tem como eixo norteador uma atenção para o caráter agenciador que os meios assumem, cada dia mais, na vida cotidiana, devido às suas possibilidades e potencialidades tecnológicas. Mais que auxiliar na complexificação das relações sociais (modificando suas referências espaço-temporais), os meios de comunicação passam também a constituir-las¹².

Proposição atrelada a esta encontramos em Sodré (2006, p. 20), quando o autor descreve o fenômeno da mediaticização como algo da “ordem das mediações socialmente realizadas e caracterizadas por uma espécie de prótese tecnológica e mercadológica da realidade sensível denominada *medium*”, um tipo

particular de interação, que poderíamos chamar de “tecnomediações”.

No entanto, como nos aponta Pedro Gilberto Gomes (2007), os dispositivos tecnológicos são apenas uma pequena parte, “a ponta visível do iceberg”, de uma nova realidade estruturada pelo processo de mediatização da sociedade.

Estamos vivendo hoje uma mudança de época, um câmbio epocal, uma nova inflexão, com a criação de um bios midiático que toca profundamente o tecido social. Surge uma nova ecologia comunicacional. É um bios virtual. Entendo que muito mais que uma tecno-interação, está surgindo um novo modo de ser no mundo representado pela mediatização da sociedade (GOMES, 2007, p. 2).

Seguindo a idéia de uma construção conceitual de mediatização, fica claro, portanto, que a noção de técnica é, sem dúvida, um dos eixos principais para se dimensionar este conceito. Mas, aliada a ela, outras duas noções podem ser trazidas: a noção de cultura e a noção de poder.

Na primeira – em que poderíamos pensar a idéia de mediação acima referida de uma outra maneira –, sem dúvida, ganham destaque noções como a de subjetividade e intersubjetividade. Deixa-se explícita a participação e o papel do sujeito nos processos e práticas que envolvem os meios de comunicação. Neste âmbito, podemos dizer, contextualiza-se o caráter tecnológico do “nosso tempo” associando-o a aspectos da produção, circulação e recepção de sentidos. Evidencia-se aí a existência de uma certa cultura da mídia, que permeia as práticas e o imaginário social, significando-os e sendo por eles constituída (KELLNER, 2001; SILVA, 2005)¹³. Como nos relembra Mata (1999), a cultura

13 “A cultura, em seu sentido mais amplo, é uma forma de atividade que implica alto grau de participação, na qual as pessoas criam sociedades e identidades. A cultura modela os indivíduos, evidenciando e cultivando suas potencialidades e capacidades de fala, ação e criatividade. A cultura da mídia participa igualmente desses processos, mas também é algo novo na aventura humana” (KELLNER, 2001, p. 11). Devido a essa origem recente e à complexidade de sua realidade, a cultura da mídia, diz Kellner, tem sido vítima de certas teorizações inadequadas. Por tal motivo, coloca o autor, “[...] o melhor modo de desenvolver teorias sobre mídia e cultura é mediante estudos específicos dos fenômenos concretos contextualizados nas vicissitudes da sociedade e da história contemporânea” (KELLNER, 2001, p. 12). KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

mediática não se restringe apenas a um estágio mais avançado de intercâmbio de produtos culturais – o que seria ocasionado pela tecnologia –, mas a uma nova forma de estruturação – não uniforme – das práticas sociais marcada pela existência dos meios.

Na segunda, evidencia-se uma associação da midiática às instituições e a grandes setores (política, economia) da sociedade situando-a, principalmente, num contexto macro-social no qual, em relação com a mídia, são explicitadas e configuradas lógicas de “dizibilidade” e “visibilidade”. Pelo poder e seus agenciamentos apreende-se um eixo para se pensar os contratos propostos pela mídia e que passam o social em níveis mais amplos. Os *processos midiáticos*, o processo de midiática da e na sociedade, estão historicamente localizados e vinculados a processos econômicos e políticos que, muitas vezes, os viabilizam e os condicionam material e simbolicamente.

Dessa forma, quando pensamos a midiática (e seu papel como articuladora de uma reflexão sobre os *processos midiáticos*) é possível um exercício que envolva uma discussão global que perceba tais contornos acima esboçados de forma interdependente, sem tomá-los isoladamente. Os três aspectos apontados (técnica, cultura e poder), estão permeados por um quarto, a dimensão discursiva, que marcará fortemente a midiática de um ponto de vista não só das interações, mas também das operações e estratégias de produção e recepção de mensagens condicionadas por lógicas mercadológicas, mas também por condicionamentos que dizem dos próprios mecanismos de funcionamento do social. Pensar os meios e a midiática, nesse sentido, implica uma compreensão de condições de produção e acesso das mensagens tanto de um nível técnico

quanto também em um nível dos sentidos, um interligado ao outro.

Trata-se, em síntese, de um reconhecimento sobre a necessidade de se pensar a mediação – e, sob nosso ponto de vista, os *processos midiáticos* – sob uma ótica complexa que possibilite entendê-la de forma cada vez mais elaborada. Tal escolha, no entanto, implica uma série de dificuldades que variam desde a seleção dos aspectos teoricamente apontados no momento de tratamento dos “dados” da realidade, à busca por um olhar equilibrado sobre estes aspectos e categorias no momento da análise. Assim, tem-se, com esse panorama, um desafio conceitual e analítico que, dada a sua natureza, encontra-se, como já dissemos, desprovido de grandes modelos operacionais para reflexão.

2.1. Os processos entre campos e mediações

A trama que tece o social, sem dúvida, é a dos processos. Processos que estão enredados por aspectos sociais, políticos, econômicos, culturais. Historicamente, se investigamos a sociedade e se acompanhamos os estudos que para ela se voltam, é possível identificar uma linha de raciocínio que, de forma cada vez mais elaborada, mira para a compreensão da complexidade das dinâmicas que a envolvem como um todo. Sob essa ótica, os processos são vistos como dinâmicos, ao mesmo tempo em que eles próprios são dinâmicos. E são os diversos campos sociais¹⁴, lugares das práticas cotidianas, que põem em movimento tal dinamismo, presentificando a existência de certas lógicas dentro do mundo da vida. Os processos, por isso, são organizadores e constituintes da própria ambiência social.

Neste contexto, relacionando à reflexão sobre

14 Não entraremos aqui na grande discussão sobre o conceito de campo social. Vale retomar apenas uma colocação de Esteves (1998) sobre a constituição desta noção: “A noção de campo social é devedora da noção de subsistema da sociedade, mas não se reduz a ela: pretende dar conta de um estágio mais adiantado de diferenciação social” (ESTEVES, 1998, p.125). ESTEVES, João Pissarra. A Formação dos campos sociais e a estrutura da sociedade moderna. In: _____. *A ética da Comunicação e os média modernos*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1998. p.111-141.

a mediação iniciada acima, podemos dizer que a mediação como um processo diz de uma transformação da forma de ser da sociedade, de uma afetação do social pelos modelos de simbolização dos meios de comunicação. E os processos de mediação, portanto, são práticas específicas que afetam tanto a própria prática mediática quanto as de outros campos, servindo-lhes e oferecendo-lhes novos parâmetros. Assim, sob essa lógica, o *campo dos media* e os outros campos sociais ao mesmo tempo em que se auto-refereciam, também se heterodeterminam (um afetando o outro).

Tal lógica está na própria gênese do *campo dos media*, cuja natureza está na sua relação tensional com diferentes campos sociais. Seu surgimento se dá justamente num momento histórico de ampla revisão e consolidação da autonomização destes outros campos. Por conta disso, sua autonomia já nasce como relacional, sendo compreendida pela própria atuação do campo na mediação entre os diferentes domínios da experiência sobre os quais, superintendem, na modernidade, os diferentes campos sociais (RODRIGUES, 2000).

Esta capacidade mediadora do *campo dos media* apontada por Rodrigues, liga-se a uma idéia de que tal campo, por possuir em sua simbólica traços de natureza especular e representativa – articulados às suas funções discursivo-pragmáticas –, responsabilizar-se-ia por uma espécie de ação conectiva, religando os fragmentos do mundo.

O autor relembra o surgimento, na modernidade, da figura do especialista; aquele que substitui o sábio e é dotado de uma competência exotérica, ou seja, universalmente reconhecida e adquirida no espaço da escola, conduzida, metodicamente, pela aplicação da razão. Tal figura surge

no momento de autonomização dos campos sociais e de saberes científicos, formalizando, na sociedade, maneiras racionais de fundamentar a experiência social e subjetiva.

Com a entrada neste cenário do *campo dos media*, a legitimidade da especialização e sua competência autônoma passam a ser encaradas de forma ambivalente. O *campo dos media*, na visão de Rodrigues, “[...] tende a postular a exigência de um saber interdisciplinar e a promover a ruptura em relação à natureza disciplinar que caracteriza a ciência moderna” (RODRIGUES, 2000b, p. 206). O que faz com que apareça uma paradoxal relação: por um lado os campos sociais, cada vez mais especializados e desconfiados da mídia, vêm na ação desta a possibilidade de deturpação de seus saberes e, por outro lado, estes mesmos especialistas, necessitam da publicização de seus saberes pela mídia, assegurando-lhes, assim, visibilidade e sua própria legitimidade.

No entanto, por trás deste processo, funde-se (ou funda-se?), uma outra questão: a de construção de um saber pela própria mídia. Ou seja, um saber propriamente midiático, capaz de, no contato com os especialistas, fomentar um outro tipo de conhecimento e, conseqüentemente, garantir novas formas de legitimidade e acreditação. Neste cenário, a mídia ganha nova autoridade e competência, alcançando, por vezes, um novo status, servindo e atuando, ela própria, como especialista, como uma espécie de *perito*, no interior da vida social (GIDDENS, 2002). Nas argumentações de Giddens (2002), a mídia, bem como outros discursos contemporâneos, passa a atuar como elemento reflexivo na sociedade. Seus discursos, podemos dizer, mais que tomados como mediadores entre um

15 "Aceitar a midiatização como um novo modo de ser no mundo põe-nos numa nova ambiência que, como dizíamos acima, mesmo que tenha fundamento no processo até agora desenvolvido, significa um salto qualitativo no modo de construir sentido social e pessoal. Mesmo que as mediações material e simbólica estejam unidas no processo de midiatização, essa não é um degrau a mais no processo evolutivo, mas um novo qualitativo, síntese na dialética "sujeito/objeto" (GOMES, 2007, p. 12). GOMES, Pedro G. *O processo de midiatização da sociedade*. Paper PPGCC. São Leopoldo, 2007. 7 f.

especialista e um leigo, mais que realizar uma passagem do saber para o senso comum, atuam também produzindo um tipo de conhecimento cuja valoração social dota-se de novas relevâncias. Os sentidos que a mídia engendra colocam-na como representante de um novo processo de referência e permitem um novo salto de qualidade (no sentido de uma mudança) da leitura e da interpelação de seus conteúdos informacionais¹⁵. Sua presença no mundo diz de um movimento não apenas de um intérprete, mas de um interpretante na e da sociedade.

Tal ótica, tensionada com o que dizíamos anteriormente sobre a midiatização, nos possibilita perceber um avanço sobre a questão da mediação associada à mídia. De um ponto de vista sócio-antropológico, pensou-se a mediação, em um momento específico, como um fenômeno exterior ao midiático, calcado nas práticas e processos sociais que lhe eram externos. Com base numa perspectiva mais complexa – a qual tentamos apontar ao longo deste ensaio – a mediação, como ato comunicativo, passa a ser vista como algo que não está nem nos meios e nem fora deles, mas entrelaçando ambos os lados, envolvendo pois, tanto os processos que os cercam quanto os que os constituem. De uma noção de experiência mediada, passa-se a uma noção outra, de midiatização da experiência.

Como aponta Silverstone (2002), "todos nós somos mediadores" e, por isso, o processo de mediação se estende para além do ponto de "contato entre os textos midiáticos e seus leitores ou espectadores" (p. 33). A circulação de significados aí presentes está envolvida tanto pelos movimentos de apropriação subjetiva e intersubjetiva, quanto pelos movimentos de apropriação técnica realizada pelos dispositivos comunicacionais. Um processo que

16 “En esse sentido, no sólo deberíamos afirmar que [...] no todas las prácticas sociales se mediatizan de manera homogénea, sino que debería reconocerse que esa capacidad transformadora se revelará en grado desigual y operando distintas alteraciones según los particulares actores de esas prácticas; según los desiguales – y profundamente desiguales – universos materiales en que ellas se desarrollan” (MATA, 1999, p. 88). MATA, Maria Cristina. De la cultura massiva a la cultura midiática. *Diálogos de la comunicación*. Lima: FELAFACS, 1999. p. 80-91.

estará sujeito sempre a harmonias, conflitos e embates, bem como a confiança e desconfiança, falhas e distorções¹⁶. Um processo que refaz e é refeito por processos outros.

Os atuais regimes de produção e apropriação de sentido, bem como os atores sociais (sujeitos da comunicação e sujeitos em comunicação) redeseñham os “circuitos de circulação” midiática. Ao tornar-se constituinte dos processos sociais, a mídia participa de uma ambiência em que forma-se um novo regime de produção de referência altamente atrelado à heterogeneidade dos sujeitos. Dessa maneira, de forma materializada, a mídia, por meio de seus dispositivos, deixa de ser passagem, para ser elemento articulador da própria cotidianidade.

2.2. Midiatização, circulação e dispositivos

Não há como pensarmos um produto midiático sem pensarmos como este condiciona a mensagem nele inscrita, ou seja, como suas condições materiais fundam (e refundam) sua inscrição. Habitando um contexto de circulação midiática (envolvendo de forma relacional os eixos da produção, do produto em si e da recepção do mesmo), uma ótica sobre os dispositivos da mídia permite estudar os *processos midiáticos* em geral, bem como situar as questões técnicas, que vimos discutindo, apenas como um dos eixos da midiatização. Afinal, tais dispositivos passam por questões outras, ligadas à capacidade de despertar sensações: posturas, expectativas, competências, afetações. Os dispositivos são midiáticos no momento em que os pensamos como instauradores e constituintes de processos de circulação de mensagens no (e para o) espaço público. Mas, então, o que é o dispositivo? O que significa tomá-lo como lugar de inscrição?

O conceito de dispositivo vem sendo largamente usado pelos estudos que se referem aos meios de comunicação. Originado das teorias do cinema da segunda metade do século XX (AUMOUNT, 2001), seus usos e aplicações expandiram-se para reflexões que tomam como objeto, principalmente, a relação técnica e representação, produção cultural tecnológica e efeitos de sentido. Tomar o termo do ponto de vista comunicacional implica percebê-lo, portanto, como uma rede semântica de apropriação teórica e, ao mesmo tempo, de construção conceitual.

Buscando ultrapassar uma concepção uni ou bidimensional sobre os dispositivos, Ferreira (2006), propõe um conceito triádico para a noção, perspectivando-a a partir de três dimensões relacionais que lhe seriam constituintes no âmbito dos *processos midiáticos*: sócio-interacional, tecno-tecnológica e semio-linguística¹⁷.

Em outra abordagem, Mouillaud nos diz que, “os dispositivos são lugares materiais ou imateriais nos quais se inscrevem (necessariamente) os textos (despachos de agências, jornal, livro, rádio, televisão etc) [...]” (MOUILLAUD, 2002, p. 34). Extrapolando essa lógica para além do jornalismo, lugar de fala do autor, podemos dizer que os conteúdos aí presentes sob a forma de enunciados, apontam, dentro do contexto da midiaticização, para uma grande relevância dos processos de enunciação. São processos que se estendem para além dos textos e que remetem para as configurações propostas pelo veículo, para a relação destas com o público e para a interlocução de tais operações com aspectos contextuais que as envolvem. Há entre o processo enunciativo e os enunciados uma relação estratégica, provocada por *quadros de sentido* (RODRIGUES, 1994, p. 147) que

17 “Nossa abordagem registra que essas três esferas de contingenciamentos operam simultaneamente sobre as outras dimensões, desde os momentos que cada uma das dimensões se configura como sistema (portanto, operações próprias de autonomização perante as outras esferas da experiência comunicacional)” (FERREIRA, 2006, p. 140). FERREIRA, Jairo. “Uma abordagem triádica dos dispositivos midiáticos”. In: *Líbero* (FACASPER). V. 1, p. 137-145, 2006. FERREIRA, Jairo. O jornalismo como campo: do homogêneo ao heterogêneo. *Revista Fronteira* (UNISINOS), São Leopoldo, v. 4, n. 1, p. 81-94, 2002.

lhes são anteriores, mas que ao mesmo tempo compõem essa relação. Neste quadro, ganham relevância também questões espaciais e temporais, entrelaçadas por uma série de pregnâncias e injunções que dizem de uma série de agenciamentos, originários, principalmente, de operações entre tecnologia e discurso, técnica e linguagem.

Assim, pela ótica dos dispositivos, podemos pensar, materialmente, como muitas das afetações midiáticas se dão no cotidiano, bem como este último também condiciona as práticas da mídia. Na trama constituída pela midiaticização, os dispositivos, ao lado dos campos e com eles enredados, aparecem como lugares para se pensar as dinâmicas que envolvem os *processos midiáticos*.

3. ... para além da mídia

Na introdução da 2ª edição brasileira de *Os meios e as mediações*, Martín Barbero pergunta: “como assumir, então, a complexidade social e perceptiva que hoje reveste as tecnologias comunicacionais, seus modos transversais de presença na cotidianidade, desde o trabalho até o jogo [...]?” (MARTÍN BARBERO, 2001, p. 12).

A pergunta do autor, de difíceis e inacabadas (no plural mesmo) respostas, pode sintetizar o movimento que aqui esboçamos. Neste ensaio, muito menos que responder tal questão, buscamos elencar e dissertar sobre possibilidades de pontos de vista para se pensar desde o lugar da mídia na sociedade, aquilo que está para além dela e que, no entanto, não lhe retira desta posição de destaque.

Nesse sentido, a tentativa aqui esboçada, tateou pela compreensão comunicacional – dos e para o Campo da Comunicação – sobre os *processos midiáticos* e formas atuais de se pensar os mesmos,

ANTUNES, Elton; VAZ, Paulo Bernardo. Mídia: um aro, um halo e um elo. In: GUI-MARÃES, César; FRANÇA, Vera. (Orgs.). *Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2006. p. 43-60.

AUMONT, Jacques. *A Imagem*. Campinas: Papirus, 2001.

BOURDIEU, Pierre. A representação política. Elementos para uma teoria do campo político. In: BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998. p. 163-208.

BOURDIEU, Pierre. A influência do jornalismo. In: *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997. p. 101-117

BOURDIEU, PIERRE. Espaço social e poder simbólico. In: *Coisas ditas*. São Paulo: Braziliense, 1990. p. 149-168.

CARLÓN, Mario. Sobre lo televisivo: dispositivos, discursos y sujetos. Buenos Aires: La Crujía, 2004.

FOUCAULT, Michel. Espacios

diferentes. In: *Estética, ética e hermenêutica*. Barcelona: Paidós, 1994. p. 431-441.

GIDDENS, Anthony. *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.

GOMES, Wilson. O que há de comunicação na comunicação política. In: *Transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo: Editora Paulus, 2004. p. 41-82.

IANNI, Octávio. O príncipe eletrônico. In: *Enigmas da modernidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001. p. 141-166.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2001.

MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell (Orgs.). *O jornal: da forma ao sentido*. 2. ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002. p. 09-190.

RAMONET, Ignácio. Capítulos I e II. In: *La post-televisión*. Barcelona: Icaria Editorial, 2002. p.7-32

RODRIGUES, Adriano. A emergência dos campos sociais. In: REVAN, Raimundo Santana (org.). *Reflexões sobre o mundo contemporâneo*. Teresina: UFPI, 2000a. p. 189-198.

RODRIGUES, Adriano. A autonomização do campo dos media. In: REVAN, Raimundo Santana (org.). *Reflexões sobre o mundo contemporâneo*. Teresina: UFPI, 2000b. p. 199-215.

RODRIGUES, Adriano Duarte. A natureza da técnica. In: RODRIGUES, Adriano Duarte. *As técnicas da comunicação e da informação*. Lisboa: Editorial Presença, 1999. p. 18 – 38.

RODRIGUES, Adriano Duarte. *Comunicação e Cultura: A experiência Cultural na Era da Informação*. Lisboa: Presença, 1994.

SCOTT, Lasch. Formas tecnológicas de vida (cap.2) e Teoria mediática (cap.6). In: SCOTT, Lasch. *Crítica de la información*. Buenos Aires: Amorrortu, 2005. p. 39-58, p. 119-138.

SILVA, Armando. *Povos de ciudad*. Bogotá: La Balsa, 2005.

SODRÉ, Muniz. Eticidade, campo comunicacional e midiatização. In: MORAES, D. *Sociedade midiatizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006. p. 19-31.

TAVARES, Frederico de Mello Brandão. Quando o jornalismo encontra a auto-ajuda: midiatização e ressemantização do discurso noticioso. In: *Anais do Encontro da Rede Prosul de Comunicação - Seminário Internacional "Midiatização, Sociedade e Sentido"*. São Leopoldo: Unisinos, 2007. (CD-ROM) 10 f.

THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes, 1998. 264 p.

tangenciando, um pensamento que seja propício para situar pesquisas do nosso campo que tomem a mídia como objeto.

Realizamos aqui uma breve visada sobre as processualidades e ambiências que envolvem este dentro-fora da mídia, compreendendo sua trama desde contextos teóricos mais amplos (midiatização, circulação e dispositivos), relacionados a dimensões mais empíricas (operações e estratégias). O cruzamento entre os eixos propostos, ao mesmo tempo inspirador, evidencia, pois, a complexidade e a – pelo menos ainda – intangibilidade destes processos. O que não significa dizer que as incompletudes que circundam a midiatização devam ser completadas... Pois são justamente os restos, o que é desviante, que permite e pede uma constante re-inauguração e re-atualização das práticas e dos conceitos que as tentam explicar.